

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Camilla Bөөk

TUOTEKEHITYS MAASTORATSASTUSTALLILLE –
RATSASTUSTUOTTEIDEN SISÄLLÖN IDEOINTI

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2015
Matkailun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80101 JOENSUU
013 260 600

Tekijä
Camilla Böök

Nimeke
Tuotekehitys maastoratsastustallille – Ratsastustuotteiden sisällön ideointi

Toimeksiantaja:
Teijan Majoitus ja Maastotalli

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Liperissä sijaitsevan ratsastuspalveluja tarjoavan Teijan Majoitus ja Maastotallin tuotetarjontaa siten, että se vastaisi paremmin asiakkaiden tarpeita. Päämääränä oli kehittää maastoratsastustuotteita tallin lähialueen päiväkävijöille sekä matkailijoille. Tuotekehitys suunniteltiin siten, että uudet tuotteet mukailevat yrityksen luonto- ja hyvinvointiarvoja.

Tuotekehitys aloitettiin segmentoimalla eli jaottelemalla yrityksen markkinat samankaltaisiin asiakasryhmiin. Kaikista esille tulleista 12 segmentistä valittiin kolme, joille kullekin suunniteltiin uusi tuote. Segmentit olivat töissä käyvät aikuisratsastajat, matkailijat Etelä-Suomesta sekä senioriratsastajat. Tuotekehityksen taustaksi tutkittiin Teijan Tallin toimintatapoja ja kilpailijoita sekä muiden tallien erikoisempia ratsastustuotteita. Itse tuotekehityksessä keskityttiin tuotteiden sisältöön eli palvelukonseptin ja -prosessin ideointiin.

Töissä käyville aikuisratsastajille oleva tuote on puolihoidon sisältävä viikonloppupaketti, johon kuuluu yöpyminen Teijan Tallin järvenrantamökillä, ja uusi *Luontoa kuunnellen* -maastoratsastuskonsepti. Etelä-Suomesta tuleville matkailijoille kehitettiin *Puolipäiväpaketti Pohjois-Karjalan mystiseen luontoon*. Siihen kuuluu tarinallinen *Luonnon taikaa etsimässä* -maastoratsastusretki luomukahveilla sekä yksi vapaavalintainen teemaan liittyvä aktiviteetti. Senioriratsastajille suunnattu *Rauhallinen hevostuokio* sisältää maastoratsastuslenkin käynnissä, hevosen hoitoa opastetusti sekä kahvit.

Suunniteltuja tuotteita täytyy vielä kehittää ja testata ennen mahdollista markkinoille julkaisua. Tuotteet ovat toteutettavissa varsin pienin investoinnein, vaikkakin osa tuotteista vaatii yhteistyön lisäämistä Liperin muiden yrittäjien kanssa. Teijan Tallilla on hyvät edellytykset kehittää ratsastustuotteita, joihin kuuluu luonto ja hyvinvointi.

Kieli
suomi

Sivuja 51
Liitteet 3
Liitesivumäärä 9

Asiasanat
hevosmatkailu, markkinoiden segmentointi, tuotekehitys, maastoratsastus



THESIS
December 2015
Degree Programme in Tourism
Sirkkalantie 12 A
FI 80101 JOENSUU
FINLAND
013 260 600

Author
Camilla Bööck

Title
Research and Development for a Hacking out Stable – Content Ideation of Equestrian Riding Services

Commissioned by
Teija's Accommodation and Hacking out Stable

Abstract

The aim of the paper was to study and develop the product mix according to customers' needs for Teija's Accommodation and Hacking out Stable located in Liperi, North Karelia. The purpose was to innovate hacking out services for tourists as well as for riders coming from the local area. The R&D was designed in a way that the new products will be in line with the values of the business such as nature and well-being.

Firstly, the customers of the business were segmented into similar type of subgroups. There were found altogether 12 different subgroups. The most potential three subgroups were chosen for the R&D. They were working adult riders, tourists from Southern Finland and senior riders. As background information the mode of operations of the business and its competitors were examined. The development process concentrated on producing content for the products, that is, the creation of service concept and service process.

A riding weekend with half board was designed for the working adult riders. It includes accommodation at the farm's lakeside cottage and a new hacking out concept mixing riding and mindful attention. The themed product for the tourists from Southern Finland is *Explore the Mystical Nature of North Karelia*. It includes a hacking out ride spiced up with Finnish folklore and an organic coffee break after the ride. Besides that, a customer chooses also another activity related to the theme. For the senior riders a *Peaceful Moment with Horses* was planned which includes a hacking out ride in walk, guided grooming and coffee.

However, the designed products need to be tested first and developed further before launching them to the markets. The products can be put into practice with a rather little effort although some parts of the products are produced in cooperation with other local businesses. In conclusion Teija's Accommodation and Hacking out Stable has good pre-requisites to develop its equestrian riding services concentrating on nature and well-being.

Language
Finnish

Pages 51
Appendices 3
Pages of Appendices 9

Keywords
equine tourism, market segmentation, product development, hacking out

Sisältö

1	Johdanto.....	5
2	Opinnäytetyön tausta	6
2.1	Toimeksiantajan esittely	6
2.2	Opinnäytetyön tehtävä ja viitekehys	8
3	Hevosmatkailu Suomessa.....	10
3.1	Hevosmatkailun määritelmä ja yritykset	10
3.2	Hevosmatkailun ohjelmapalvelut	12
3.3	Hevosmatkailun asiakkaat	13
3.4	Tuotteet ja tuotekehitys	14
3.5	Mahdollisuudet ja haasteet	16
4	Matkailutuotteen kehitys ideasta myytäväksi tuotteeksi	17
4.1	Hyvä matkailutuote on elämyksellinen	17
4.2	Markkinoiden segmentointi ja tuotteiden kohdentaminen	19
4.3	Matkailutuotteen kehitysprosessin edellytykset	21
4.4	Palvelukonseptin ja palveluprosessin ideointi	22
4.5	Markkinatestaus, kaupallistaminen ja jälkiarviointi	23
5	Menetelmät ja asiakassegmentointi	24
5.1	Prosessikuvaus.....	24
5.2	Teijan Tallin asiakassegmentointi	25
5.3	Tuotekehitykseen valitut asiakassegmentit	27
6	Tuotekehitys	32
6.1	Tuotekehityksen lähtökohdat	32
6.2	Vapaudu kiireestä -viikonloppu	34
6.3	Puolipäiväpaketti Pohjois-Karjalan mystiseen luontoon.....	37
6.4	Rauhallinen hevostuokio	40
7	Pohdinta.....	42
	Lähteet.....	48

Liitteet

Liite 1	Blueprint nykyisestä palvelusta ja kehitysehdotukset
Liite 2	Huomiota ratsastustuotteista ja maastotalleista nettisivujen perusteella
Liite 3	Muut tuote- ja yhteistyöideat

1 Johdanto

Siinä ratsastaessa voi vuodenajasta riippuen kuunnella kesäistä käenkukuntaa, syksyistä teerenkukerrusta, keväistä peiponviserrystä tai talvisen metsän kelo-
puussa takovaa palokärkeä tai tikkaa. Kevään hento vehreys ja syksyn ruska vär-
jäävät koivikot ja varvikot. Talvisin voi ratsupolun yli kulkea ilveksen tai met-
säkauriin jälkijono. (Ehrnrooth 2007, 65.)

Näin kuvaili Teijan Majoitus ja Maastotallin vakiokävijä luonnon yhdistymistä maasto-
ratsastustuntiin. Suomessa ratsastuksen suosio on ollut kasvussa koko 2000-luvun ajan,
ja aikuisratsastajat ovat vallanneet kentän. Perinteisesti ratsastuskoulut ovat tarjonneet
harrastusmahdollisuuden aloittelijoista ratsastuksen huippu-urheilijoihin. Nykyisin tallit
ovat kuitenkin yhä erikoistuneempia ja laadukkaampia, ja asiakkaat arvostavat hyviä puit-
teita ja palveluja. (Suomen Ratsastajainliitto SRL 2015a.) Itä-Suomessa ratsastusharras-
tus on vireää; läänissä on arviolta reilu 10 000 ratsastuksen harrastajaa. Tämän lisäksi
reilu 5 000 haluaisi aloittaa harrastuksen. (Suomen Ratsastajainliitto SRL 2015b.) Rat-
sastus on valittu Suomen kesäaktiviteettien kehittämisohjelma Outdoors Finlandin 2015
- 2018 yhdeksi kansainvälisiä matkailijoita kiinnostavaksi aktiviteetiksi (Visit Finland
2015a).

Opinnäytetyön aihepiiri perustuu omaan kiinnostukseeni luontoon ja sen monipuoliseen
käyttöön virkistystarkoituksessa. Äitini omistaa luontopainotteisen ratsastustallin, jonka
toimintaa olen seurannut sivusta lapsesta asti. Tulevaisuudenhaaveenani on jatkaa tilan
toimintaa – joskin muuttaen tuotantosuuntaa majoituspuolelle. Näin ollen oli luontevaa,
että valitsin perheyrittäksemme opinnäytetyön toimeksiantajaksi. Suurpiirteinen aiheva-
linta muotoutui nopeasti, sillä luonto tuntui olevan monelle tallilla käyvälle asiakkaalle
tärkeä elementti ratsastettaessa. Mutta millaisia maastoratsastustuotteita asiakkaat halu-
aisivat?

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää yrityksen olemassa olevaa tuotetarjontaa vastaa-
maan paremmin asiakkaiden tarpeita. Tämä auttaa kohdentamaan yrityksen resursseja
tarkemmin sekä houkuttelemaan lisää tuotteista kiinnostuneita asiakkaita. Näin ollen tuo-
tekehitys parantaisi myös yrityksen tuloksellisuutta.

Tämä työ käsittelee hevosmatkailutuotteiden kehitystä matkailijoille sekä lähialueen päiväkävijöille, jotka muodostavat suurimman osan yrityksen asiakaskunnasta. Hevosmatkailulla tarkoitetaan tässä työssä matkailua, jossa yhtenä matkan tärkeänä osana on hevonen ja siihen liittyvä toiminta. Matkailutuotteen kehityksen teoria esitellään työssä kokonaisuudessaan, mutta toiminallisessa osuudessa keskitytään vain tuotteiden sisällön ideointiin eli palveluprosessiin ja -konseptiin. Tämän työn avulla halutaan tuoda esille hevosmatkailun merkitys osana Suomen matkailun monipuolista aktiviteettitarjontaa, sekä painottaa hevosen ja luonnon hyvinvointivaikutuksia.

2 Opinnäytetyön tausta

2.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Liperissä sijaitseva Teijan Majoitus ja Maastotalli, lyhemmin Teijan Talli. Liperi on pitkään tunnettu Pohjois-Karjalan ”leipäpitäjänä” laajojen viljelyalueidensa ansiosta. Liperissä on kolme taajamaa ja noin 12 500 asukasta. Luonnonrauha ja kirkkaat vesistöt houkuttelevat matkailijoita. Kunnan alueella onkin noin 3000 vapaa-ajan asuntoa. (Liperin kunta 2015a.) Liperissä toimii useita pieniä mökkimajoitusyrityksiä, mutta ravitsemis- ja ohjelmapalvelutarjonta varsinkin matkailijoita ajatellen on vähäistä. Asiakkaita palvelevia ratsastustalleja on neljä. Alueella on pieniä museoituja sekä muutama paikallisia käsitöitä myyvä kauppa. (Liperin kunta 2015b.)

Idea Teijan Tallista tuli yrittäjän, Teija Böökin, omasta harrastuneisuudesta ja lähiympäristön hyvistä maastoratsastusmahdollisuuksista. Liiketoiminta alkoi vuonna 2000 maatalouden sivuelinkeinona. Vuonna 2007 tilan lypsykarjatoiminta loppui, ja talli siirrettiin entisen navetan tiloihin. Nykyisinkin tilan pääelinkeino on edelleen maanviljely, jota hoitaa Teijan aviopuoliso. Ratsastustoiminnan ohella yritys tarjoaa pienimuotoisesti majoituspalveluja. Tallilla ei ole palkattuja työntekijöitä, mutta tallin arjessa avustaa muutama pitkäaikainen lenkinvetäjä, jotka toimivat oppaina maastoratsastustunneilla. (Teijan Majoitus ja Maastotalli 2015.)

Teijan Tallilla on kahdeksan persoonallista hevosta, joista kuusi on tallin omia. Tallin hevosista neljä on suomenhevosia ja kaksi norjanvuonohevosia. Hevosilla on tallille tullessaan ollut vaihteleva koulutustausta, ja jokainen onkin koulutettu erikseen tallin tapoihin, erityisesti maastoratsastukseen. (Teijan Majoitus ja Maastotalli 2015.) Talli on pyrkinyt profiloitumaan rauhalliseksi maastotalliksi, jossa toimitaan mahdollisimman paljon asiakkaiden toiveiden mukaan. Ilmapiiri pyritään pitämään rauhallisena, ja asiakkaat huomioidaan yksilöllisten tarpeiden mukaan. Turvallisuus on yksi toiminnan periaatteista niin ratsastuslenkillä kuin talliympäristössäkin. Alueen muuhun ratsastustarjontaan nähden talli on erottautunut monipuolisilla maastoreiteillä sekä maastolenkeille soveltuvilla kylmäverirotuaisilla hevosilla – erityisesti suomenhevosilla. (Böök 2015.)

Teijan Tallin tuotevalikoima on ajan saatossa muovautunut asiakkaiden kysynnän mukaan. Tällä hetkellä päätuotevalikoimaan kuuluvat 1-2 tunnin opastetut maastoratsastukset, perusopetustunnit kentällä sekä talutusratsastukset. Tallilta saa myös opetusta lännenratsastuksen alkeisiin sekä luonnollisen hevostaidon oppeihin. (Teijan Majoitus ja Maastotalli 2015.) Aikaisemmin tuotevalikoimaan on kuulunut myös kesäisin järjestettävät leirit, luonnolliseen hevostaitoon ja lännenratsastukseen liittyvät kurssit sekä esteratsastuksen alkeistunnit, mutta ne ovat jääneet pois rajallisten resurssien ja hevosten jaksamisen vuoksi (Böök 2015).

Tallin toimintaan kuuluu hevospalveluiden ohella majoituspalvelut. Noin kahden kilometrin päässä päätilalta sijaitsee järvenrantahuvila, jossa on tilat yöpymiseen kuudelle henkilölle. Uutuutena on kesällä 2015 kesäkäyttöön valmistunut monikäyttöinen tallin ylinen, joka sopii jopa 20 hengen ryhmille. Ylisillä on myös sänkypaikat kuudelle. (Teijan Majoitus ja Maastotalli 2015.) Majoituspalveluja ei ole juurikaan markkinoitu resurssien ja ajan puutteen vuoksi, mutta kiinnostusta siihen olisi (Böök 2015).

Tallin asiakaskunta on muotoutunut ja vakinaistunut vuosien myötä. Viime aikoina tallille on etsiytynyt juuri eläkkeelle jääneitä naisia, jotka ovat halunneet toteuttaa nuoruuden haaveensa ratsastamisesta. Vuosittain osa asiakaskunnasta myös ”häviää” esimerkiksi muuton, sairastumisen tai ajan puutteen vuoksi. Tallilla käyvät asiakkaat ovat pääosin naisia ja tyttöjä, mutta joukossa on harvakseltaan myös miehiä. Asiakkaiden ikä vaihtelee ala-asteikäisistä lapsista eläkkeelle jääneisiin senioreihin. Talutusratsastukset

ovat ala-asteikäisten lasten suosiossa, ja maastoratsastus vetää puoleensa erityisesti aikuisratsastajia. Kesäisin ratsastamassa käy matkailijoita Etelä-Suomesta, joilla on yleensä oma mökki tallin lähistöllä, tai he ovat tulleet käymään sukulaistensa luona. (Böök 2015.)

Teijan Talli pyrkii kehittämään toimintaansa koko ajan. Asiakkaiden mielipiteet otetaan huomioon tuotteita räätälöitäessä. Usein uudet ideat ovatkin lähtöisin asiakkailta. Monet asiakkaista ovat mieltyneet ratsastuksen ja luonnon rentouttavaan yhdistelmään. Yrittäjä on miettinyt mielen hyvinvoinnin liittämistä ratsastuspalveluihin sekä ylipäättään hyvinvoinnin korostamista tuotteissa. Esimerkiksi idea ratsastuspolkujen varteen sijoitettavista asioista, kuten ITE-taiteesta, on käynyt mielessä. (Böök 2015.)

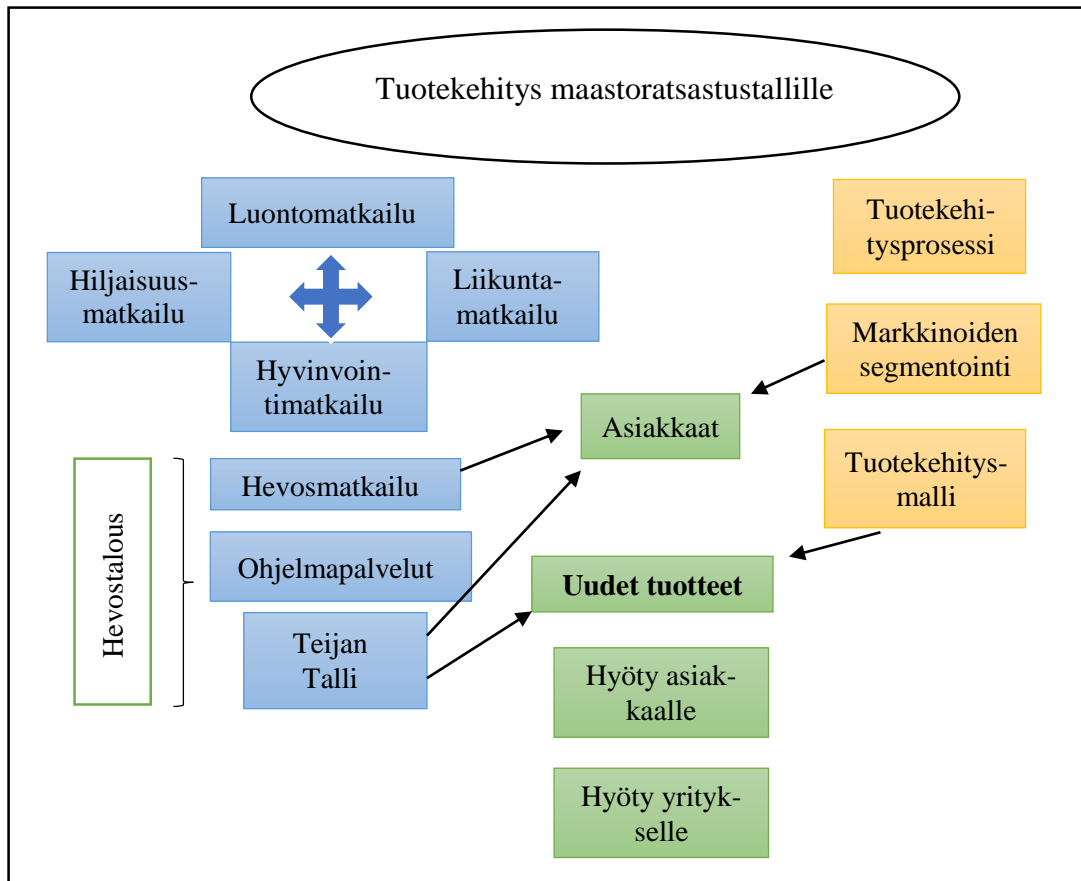
2.2 Opinnäytetyön tehtävä ja viitekehys

Opinnäytetyön tehtävänä oli kehittää Teijan Majoitus ja Maastotallin tuotetarjontaa vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. Asiakkaiden tarpeet ovat muuttumassa maailmanlaajuisesti. He haluavat yhä uudenlaisempia kokemuksia hevosten kanssa. Toisaalta pelkkä hevosten näkeminen ja hoitaminen voi olla joillekin viikon kohokohta. On alettu puhua termistä uusi hevostalous, jossa perinteisten palvelujen kuten leirien ja ratsastustuntien ohella tarjotaan hyvinvointi- ja virkistyspalveluja. (Hevosyrittäjä 2015.) Matkailu- ja sosiaaliterveyspalveluja tuottavista hevosyrityksistä lähes 90 prosenttia arvioi kysynnän olevan vuonna 2018 joko melko tai erittäin hyvää. Muihin hevostalouden suuntauksiin verrattuna arvio oli erityisen positiivinen. (Pussinen 2013, 20, 26.)

Tuotekehityksen tavoitteena oli nostaa nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä tuotteisiin, sekä houkutella uusia potentiaalisia asiakkaita niin lähialueilta kuin kauempaakin. Tuotekehitystä painotettiin Pohjois-Karjalan alueelle tuleville matkailijoille. Luonto, hiljaisuus, asiakkaan rentoutuminen ja itsensä kuuntelu otettiin tuotteissa huomioon, sillä nämä teemat muodostavat suuren osan tallin liiketoiminta-ajatuksista.

Opinnäytetyön viitekehysten (kuvio 1) voidaan katsoa liittyvän kahteen erilliseen kategoriaan, matkailun eri muotoihin ja tuotekehitysprosessiin. Työ liittyy läheisesti luonto-, hiljaisuus-, hyvinvointi- ja liikuntamatkailuun, sillä kehitettävillä tuotteilla aiotaan edis-

tää asiakkaiden hyvinvointia luonnon, hiljaisuuden ja ratsastuksen avulla. Hevosmatkailussa on elementtejä näistä kaikista matkailun muodoista, mutta se on myös hevostalouden yksi toimintamuodoista. Opinnäytetyön toimeksiantaja Teijan Talli tarjoaa hevosmatkailun ohjelmapalveluja.



Kuvio 1. Opinnäytetyön viitekehys.

Tuotekehitysprosessin tavoitteena oli luoda uusia tuotteita. Prosessi voidaan jakaa markkinoiden segmentointiin ja tuotekehitysmalliin. Asiakkaat ovat tuotekehityksen keskiössä, ja he luovat yhtymäkohdan matkailun muotojen ja tuotekehitysprosessin välille. Nämä kaksi haaraa yhdistyvät myös työn lopussa, jolloin on luotu uusia tuotteita Teijan Tallille. Nämä ratsastustuotteet on suunniteltu siten, että ne tuottavat hyödyn asiakkaalle ja sitä kautta myös yritykselle.

3 Hevosmatkailu Suomessa

3.1 Hevosmatkailun määritelmä ja yritykset

Hevosihmisille hevoset ovat harrastus ja elämäntapa, johon käytetään aikaa ja rahaa (Hippolis - Hevosalan osaamiskeskus ry 2015a). Hevosharrastuksen keskiössä ovat hevonen ja siihen liittyvät toiminnot. Taloudellisten etujen lisäksi hevostaloudella on sosiaalisia ja terveydellisiä vaikutuksia ympäristöön. Hevonen on merkittävä vapaa-ajan kumppani lapsille, nuorille ja aikuisille. Hevosharrastus on mielekäs tapa virkistäytyä, urheilla ja liikkua luonnossa. Ihmisen fyysinen kunto ja psyykinen jaksaminen paranevat, ja kyky käsitellä isoa eläintä synnyttää voimaantumisen tunteen. (Martin-Päivä 2014a, 73, 81.) Merkittävä osa hevosalan yrityksistä palvelee pääasiassa paikallista kysyntää (Harju-Autti 2012, 20).

Hevosmatkailu on matkailua, jossa hevonen on olennainen osa matkailutuotetta – yleensä ohjelmapalvelua – ja matkailuelämystä (Hippolis - Hevosalan osaamiskeskus ry 2015b). Suomessa hevosmatkailu on alkanut kehittyä vasta 1990-luvun lopulla. Olemassa oleva lainsäädäntö ei vielä tulkitse hevosmatkailua omaksi alakseen, vaan se kuuluu joko matkailuun tai maatalouteen. (Martin-Päivä 2014b, 102.) Hevosmatkailu ja hevoselämyspalvelut ovat yksi hevostalouden monista toimintamuodoista. Hevosmatkailuun kuuluu esimerkiksi maatilamatkailu, hevosvaellukset ja kotieläinpihat. (Saastamoinen 2014, 13.)

Matkailun edistämiskeskuksen (MEK 2009a, 4) teettämä Kansallinen hevosmatkailututkimus pyrki selvittämään hevosmatkailupalveluntuottajien liiketoimintaa matkailun näkökulmasta. Tutkimukseen otettiin mukaan 168 hevosmatkailupalveluja myös ulkopaikkakuntalaisille vierailijoille tarjoavaa yritystä. Tutkimukseen vastasi 97 yritystä, joten vastausprosentiksi muodostui 58.

Suurin osa yrityksistä sijaitsee Etelä- ja Järvi-Suomen alueilla, ja ne ovat olleet toiminnassa suurimmaksi osaksi ainakin yli kuuden vuoden ajan. Päätoimisesti hevosmatkailupalveluja tuottaa kuitenkin vain hieman alle puolet yrityksistä. Palvelut tuotetaan itsenäisesti; vain 10 prosentilla yrityksistä on yhteistyösopimus toisen yrityksen, liiton tai seuran

kanssa. Ilman sitovaa sopimusta yhteistyötä tehdään useimmiten majoitus- ja ravintolapalveluyritysten kanssa, mutta kyseisiä palveluita tarjotaan myös itse. Monessa yrityksessä vakituksia työntekijöitä on alle neljä. Hevosmäärä vaihtelee paljon yrityskohtaisesti, mutta yleisesti ottaen hevosia ja poneja on yli 10. Liikevaihdoltaan suurin osa yrityksistä on 25 000–200 000 euron välillä. (MEK 2009a, 5, 7–9, 12, 16–17, 25–26.)

Hevosmatkailupalveluja myydään ja markkinoidaan enimmäkseen itsenäisesti. Pääasiallisina markkinointikanavina ovat nettisivut ja lehtimainonta. Mainittavaa on, että 14 prosentilla yrityksistä tarjottavat tuotteet eivät näkyneet nettisivuilla. Vain noin neljäsosa markkinoi hevosmatkailupalveluja kansainvälisille kohderyhmille, mutta kansainvälisistä markkinoista ollaan silti kiinnostuneita. Reilu puolet yrityksistä seuraa palvelujensa laatua järjestelmällisesti, mikä käytännössä tarkoittaa suurimmaksi osaksi Suomen Ratsastajainliiton (SRL) jäsenyyttä. Hevosmatkailupalvelujen käyttöasteeseen ollaan joko melko tai erittäin tyytyväisiä. (MEK 2009a, 19–20, 23, 28, 30–33, 43.)

Metsäntutkimuslaitoksen teettämä luontomatkailututkimus käsitteli osittain samoja aiheita kuin Kansallinen hevosmatkailututkimus. Luontomatkailututkimuksessa tutkittavien yritysten liiketoiminnan piti tukeutua luontoon tai luonnon piti antaa merkittävää kilpailuetua yritykselle. Tutkimuksen mukaan Suomessa olisi vajaa 3000 luontomatkailuyritystä¹, joista ratsastustalleja 269. (Petäjäistö & Selby 2012, 13, 36, 37.)

Suurelta osin vastaukset olivat samankaltaisia hevosmatkailututkimukseen verrattuna. Kyseiseen tutkimukseen vastasi 37 ratsastustallia, mikä oli 9 % valituista ratsastustalliyrityksistä. Vastanneista talleista yli puolen toiminta perustuu oleellisesti luontoon, ja metsän merkitys toimintaympäristönä koetaan tärkeänä. Noin neljäsosa aikoo kehittää jatkossa luontomatkailuun liittyvää toimintaansa panostamalla erityisesti tuotekehitykseen, markkinointiin, henkilöstön kouluttamiseen ja yritysten väliseen yhteistyöhön. (Petäjäistö & Selby 2012, 15, 16, 17, 28.)

¹ Yritykset luokiteltiin toimialoittain luontoon perustuviksi matkailuyrityksiksi Internet-sivustoista saatujen tietojen perusteella. Edellytyksenä oli, että yritysten kotisivuilla mainittiin luonto tai sen läheisyys. (Petäjäistö & Selby 2012, 13.)

3.2 Hevosmatkailun ohjelmapalvelut

Hevosmatkailutuotteet ovat yleensä ohjelmapalvelutuotteita eli aktiivista toimintaa tai jokin tapahtuma, johon asiakas osallistuu joko seuraten tai suorittaen. (Verhelä & Lackman 2003, 17, 18). Aktiivisia tuotteita ovat esimerkiksi maasto- ja vaellusratsastukset sekä leirit. Seurattavia tuotteita ovat muun muassa messut, kilpailut, talutusratsastukset ja retket hevostiloille. (Martin-Päivä 2014b, 102.)

Hevosmatkailu kuuluu liikuntamatkailuun, mutta luontoympäristön vahva merkitys sitoo sen myös osaksi luontomatkailua. Luontomatkailu perustuu omaan tai luonnonvoimien avulla liikkumiseen luonnossa joko omatoimisesti tai palveluntuottajan ohjaamana siten, että luonto on motiivina matkailussa. Liikuntamatkailun suosio on kasvanut terveellisten elämäntapojen ja hyvinvointiarvojen myötä. Liikuntamatkailun suhde terveys- ja luontomatkailun kanssa on läheinen. (Verhelä & Lackman 2003, 98–99, 125–126.) Aktiivimatkailu eli liikunta-aktiviteetteihin perustuva matkailu on yksi nopeimmin kasvavista matkailun osa-alueista. (Visit Finland 2015b.)

Matkailun toimialaraportissa vuonna 2014 ohjelmapalveluiden tulevaisuutta arvioidaan positiiviseksi. Palvelun teema ja itse ohjelmapalvelun tyyppi houkuttelevat niistä kiinnostuneita asiakkaita. Tuotetarjonta on melko sesonkipainotteista, joten innovatiivista tuotekehitystä tarvittaisiin. Yrityksen asiakassegmenttien valinta on tärkeää, jotta tuotteita saadaan kohdennettua niitä haluaville asiakkaille. Toisaalta tuotteiden tulee olla räätälöityissä myös yksilön toiveiden mukaisesti. (Jänkälä 2014, 72.) Yhteistyön avulla yritysten tarjontaa ja osaamista pystytään yhdistämään toisiaan täydentävästi siten, että molempien yritysten tuotteista muodostuu asiakasta houkutteleva paketti (Harju-Autti 2012, 32).

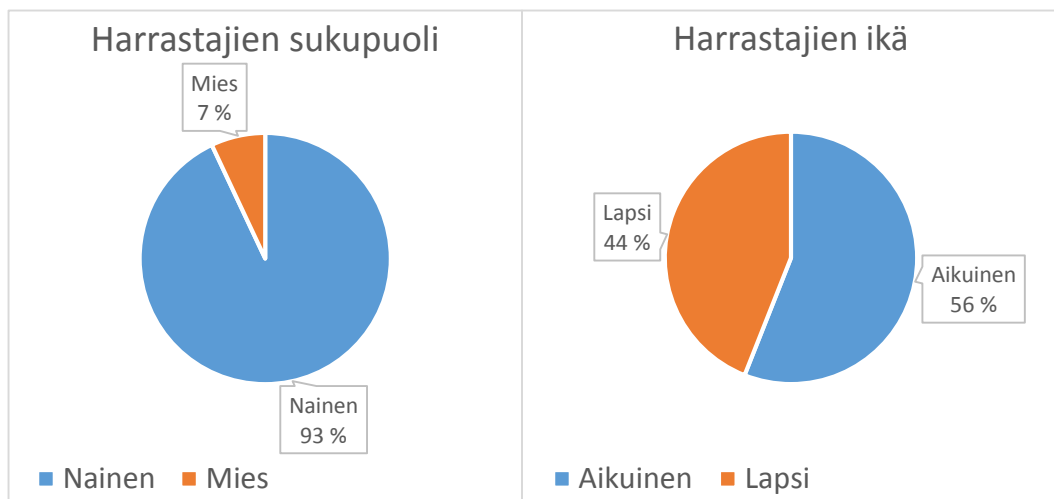
Monissa ohjelmapalvelutuotteissa, kuten hevosmatkailutuotteissakin, asiakkaiden turvallisuus on tärkeä laadun osa-alue. Turvallisuuteen vaikuttavat palveluntuottajan osalta asenteet ja osaaminen sekä käytettävät varusteet ja välineet. Asiakkaan taidot ja asenne turvallisuutta kohtaan tulee huomioida joka palvelukerralla erikseen. Ulkoisiin turvallisuutta uhkaaviin olosuhteisiin kuten säähän palveluntarjoajan on vaikea vaikuttaa. (Verhelä & Lackman 2003, 49–50.)

3.3 Hevosmatkailun asiakkaat

Hevosaktiviteettien suosio on ollut kasvussa ympäri maailman. Euroopassa on noin 20 miljoonaa rekisteröitynyttä hevosharrastajaa ja arviolta kaksi miljoonaa vaellusratsastuksen harrastajaa. Suomeen tulevat kansainväliset hevosmatkailuasiakkaat ovat pääasiassa yksityishenkilöitä, vaikkakin sesonkiaikoina on myös joitakin ryhmiä. (Matkailun edistämiskeskus MEK 2009b, 3–4.) Ulkomaalaisten osuus koko asiakaskunnasta on alle 10 prosenttia. Suomalaiset asiakkaat ovat enimmäkseen yksityishenkilöitä; vuoden aikana ryhmiä käy alle 50. Keskimäärin asiakas käyttää vierailullaan alle 100 euroa hevosmatkailupalveluihin, suuri osa jopa alle 50 euroa. (MEK 2009a, 35, 37–39.)

Hevosmatkailuasiakkaat ovat laatu tietoisia ja haluavat vastinetta rahalleen. Palveluntuottajan ammattitaito ja matkailualan tuntemus ovat tärkeitä. Asiakkaat haluavat hevosmatkailutuotteilta elämyksiä. Yksittäisen tuotteen helppo saatavuus ja läheisyys houkuttelevat parhaiten uusia kokeilijoita. (Martin-Päivä 2014b, 102.) Yksityis- ja ryhmäasiakkaiden lisäksi on hyvä ottaa huomioon erityismatkailijaryhmät, hyvinvointi- ja terveysmatkailusta kiinnostuneet, kokous- ja incentivematkailijat sekä hevosalan ammattilaiset (MEK 2009b, 6–7).

Enemmistö ratsastuksen harrastajista ja näin ollen potentiaalisista asiakkaista on aikuisia naisia. Kuviossa 2 näkyy harrastajien sukupuoli- ja ikäjakauma. Kansallisen liikuntatutkimuksen (2009–2010) mukaan aikuisharrastajia on 81 000 ja 3–18-vuotiaita harrastajia 63 000. Harrastajien määrä on ollut kasvussa jo parin vuosikymmenen ajan ja potentiaalisia ratsastuksen aloittajia löytyy vieläkin paljon. (Martin-Päivä 2014a, 73–75.) Ratsastus koetaan terveys- ja kuntoliikuntamuotona mutta myös elämäslajina. (Mäki-Tuuri & Laitinen 2014, 12).



Kuvio 2. Ratsastusharrastajien ikä- ja sukupuolijakauma. Mukaillen Martin-Päivä 2014a, 75. Alkuperäinen lähde: Kansallinen liikuntatutkimus 2009–2010.

Moni harrastaja kokee hevosten lisäävän kosketusta maaseutuun ja luontoon. Hevosten kanssa harrastaminen on yksi tapa rentoutua. Hevosihmiset ovat usein uskollisia harrastajia, joten yhteys harrastukseen säilyy läpi elämän. (Pussinen & Thuneberg 2014, 19.) Toisaalta harrastajien odotukset lajia kohtaan ovat kasvaneet. Pelkkä ratsastustunneilla käynti ei välttämättä enää riitä, vaan halutaan päästä lähemmäs hevosta ja osalliseksi hevoskulttuuria. (Laine 2014, 31.)

Hevosharrastus voi jatkua nuoruudesta aina eläkepäiviin asti. Nuorille hevosharrastus opettaa sosiaalisia taitoja ja vastuuta (Martin-Päivä 2014a, 81). Toisaalta hevoset pitävät iäkkäänkin ihmisen aktiivisena, ja näin toimintakyky säilyy pidempään. Elämässä on sisältöä, vaikkei oltaisikaan enää työelämässä. Ikääntyviä ihmisiä on tulevaisuudessa yhä enemmän, joten heille sopiville palveluille olisi kysyntää. Ikäihmisiin erikoistuneita hevosalan yrityksiä ei juurikaan vielä ole. (Martin-Päivä 2014c, 91.)

3.4 Tuotteet ja tuotekehitys

Hevosmatkailuyritysten tyypillisimpiä tuotteita ovat leirit, kurssit ja vaellukset. Reilulla 20 prosentilla yrityksistä on tuotevalikoimassaan myös joko ajeluita, retkiä, maastoratsastusta tai opastettuja ratsastus- ja teematunteja. Talutusratsastusta on vain noin joka

kymmenennellä yrityksellä. Tuotteiden kesto on useimmiten 1–2 tuntia tai 3–5 vuorokautta. Hevospalvelujen ohella tarjotaan majoitus- ja ravintolapalveluita. Vain joka viidennellä yrityksellä pelkät hevosmatkailupalvelutuotteet muodostavat yli 76 prosenttia liikevaihdosta. (MEK 2009a, 21–22, 25, 27.)

Hevosmatkailutuotteissa käytetään paljon samankaltaisia termejä. Ratsastusopastus viittaa asiakkaan etukäteisohjaamiseen ja reitin esittelyyn esimerkiksi silloin, kun asiakas on vuokrannut hevosen omaan käyttöönsä. Ilman oheispalveluja oleva lyhyt ohjattu retki määritellään maastoratsastukseksi. Opastettu ratsastusretki on oppaan johdattama enintään muutaman tunnin kestävä retki, joka sisältää oheispalveluja kuten maastoruokailun. Ratsastusvaellus on puolestaan yöpymisen sisältävä ohjattu retki vaihtelevissa maasto-olosuhteissa. Ratsastusvaelluksen järjestämiseen kuuluu ennalta luvatut ateriat sekä mahdollisesti myös asiakkaiden varusteiden kuljetus ja huolto. (Imatran seudun kehitysyhtiö Oy 2004, 5.)

Hevosmatkailutuotteita on varsin paljon, mutta niiden laatuun ja toimivuuteen on syytä kiinnittää huomiota kansainvälisellä tasolla. Suomen kesäaktiviteettimatkailua edistävä Outdoors Finland (2013, 1–3) on luonut erityisesti kansainvälisille markkinoille tarkoitetut tuotesuosituksot, joilla pyritään varmistamaan riittävä tiedonsaanti tuotteesta sekä tuotteen laadukas taso. Tuotesuosituksot koskevat opastettuja retkiä ja vaelluksia. Tuotteita myytäessä tuotteesta pitäisi olla saatavilla kattava tuotekuvaus. Käytettävien varusteiden pitää olla laadukkaita, hevosten soveltua matkailukäyttöön, ja ohjaajien olla ammattitaitoisia. Kuluttajavirasto (2004) on tehnyt erilliset ohjeet ratsastuspalvelujen turvallisuuden edistämiseksi.

Ratsastuksesta kaupallisena ohjelmapalveluna on myös tehty kirjalliset ohjeet Matkailun ohjelmapalvelujen normisto (MoNo) -projektin tiimoilta vuonna 2004 (Imatran seudun kehitysyhtiö Oy 2015). Ohjeiston mukaan myytävien ratsastustuotteiden markkinointimateriaaleissa tulisi käydä ilmi palvelusisältö, palveluun tarvittavat välineet ja varusteet, tapahtumakuvaus palvelusta, palvelun vaativuustaso, hinnoitteluperuste sekä peruutus- ja maksuehdot. (Imatran seudun kehitysyhtiö Oy 2004, 5, 6–8.)

Tuotteiden sisältö tulee suunnitella oman asiakaskunnan tarpeita ajatellen. Tuotteita voidaan elävöittää alueen perinteillä ja tarinoilla. Toimivat, testatut ja laadukkaat tuotepaketit voivat olla esimerkiksi elämysmatkoja suomenhevosrodun alkujuurille ja uniikkeihin suomenhevostapahtumiin. (Martin-Päivä 2014b, 105.) Tuotteissa voitaisiin hyödyntää ratsastusaktiviteettien ympärivuotisuutta, luonnon erityispiirteitä, hiljaisuutta, hevosen käyttöä kulkuvälineenä, hyvinvointiteemaa ja alueen kulttuuritarjontaa. Hevosmatkailutuotteiden multiaktiviteettimainen luonne houkuttelisi varsinkin kansainvälisiä asiakkaita. Markkinoilla olisi kysyntää toimivista ja laadukkaista tuotekokonaisuuksista, joihin kuuluu myös tasokkaat majoitus- ja ruokapalvelut. (MEK 2009b, 6–7.)

Tuotekehityksessä suomenhevosen potentiaalia ei ole juurikaan hyödynnetty aikaisemmin. Suomenhevonen on kuitenkin alkuperäinen hevosrotu, joka erottaa Suomen muista hevosmatkailumaista ainutlaatuisuudellaan. (MEK 2009b, 5.) Suomenhevosta on tällä hetkellä noin 20 000, mikä on noin neljännes kaikista hevosista Suomessa. Suomenhevosta jalostetaan juoksijaksi, ratsuksi sekä työ- ja pienhevoseksi, mutta monipuoliset käyttöominaisuudet ja ulkoinen olemus korostavat suomenhevosta yleishevosena. Luonteeltaan suomenhevonen on yhteistyöhaluinen, nöyrä ja sitkeä. (Suomenratsut ry 2015.)

3.5 Mahdollisuudet ja haasteet

Kansainvälisestä näkökulmasta Suomen vetovoimatekijät hevosmatkailussa ovat maan turvallisuus, luontoympäristön eksoottisuus ja suomenhevosen ainutlaatuisuus. Hevosmatkailu on ympärivuotista toimintaa, ja varsinkin talviratsastus on harvinainen erityispiirre maailmalla. (MEK 2009b, 4–5.) Haasteina ovat Suomen heikko tunnettuus, reittien sopimattomuus matkailutarkoitukseen, kannattavuus, henkilökunnan ammattitaito ja myynti- sekä markkinointikanavien kehittymättömyys. Mahdollisuuksina hevosmatkailun arvostuksen lisääntymiseen on pehmeiden arvojen, eettisyyden, ekologisuuden ja hyvinvoinnin korostaminen. (Martin-Päivä 2014b, 105.)

Terveiden ja hyvinvoinnin arvostuksen lisääntyminen on luonut suurta kysyntää niihin liittyviin palveluihin. Ihmiset haluavat huolehtia hyvinvoinnistaan, ja edistää arjessa jaksamista myös lomalla ollessaan. Green Care on matkailun uusi trendi, jossa edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua luontoon ja ympäristöön tukeutuvan toiminnan

avulla. Suomella on hyvät mahdollisuudet tarjota tällaisia tuotteita esimerkiksi hevospalveluiden yhteydessä. (Jänkälä 2014, 68–69.) Visit Finland (2015c) on kehittänyt hyvinvointitrendin ja suomalaisten vahvuuksien pohjalta FinRelax-hyvinvointimatkailuohjelman, jolla pyritään nostamaan Suomi hyvinvointimatkailun kärkimaaksi. Mielestäni hevosaktiviteetit tukisivat ohjelman tavoitteita, koska ne voivat sijoittua osittain tai täysin luontoon ja edistävät hyvinvointia.

Osaksi hyvinvointimatkailua voidaan käsittää hiljaisuusmatkailu, joka on muutakin kuin hiljaisuudessa olemista. Se on kiireetöntä tekemistä kuunnellen ympäröivää äänimaista. Luontoympäristössä äänet erottaa parhaiten toisistaan, ja kaupungistuneelle henkilölle luonnon äänien kuuleminen voi olla uudenlainen elämys. (Pölkki 2014.) Hiljaisuuden tuotteistaminen on haastavaa, mutta hiljaisuuden voisi melko vaivattomasti yhdistää rauhalliseen maastoratsastusretkeen.

4 Matkailutuotteen kehitys ideasta myytäväksi tuotteeksi

4.1 Hyvä matkailutuote on elämyksellinen

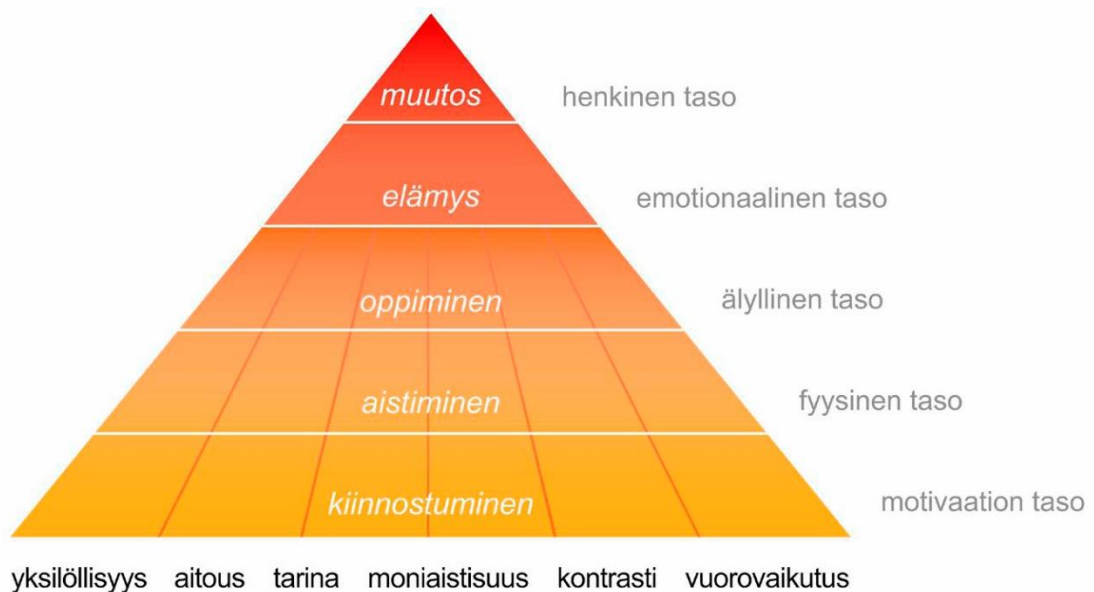
Matkailutuote tai -palvelu on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva hinnoiteltu kokemus, joka syntyy palveluntarjoajan ja asiakkaan yhdessä tuottamasta prosessista. Matkailutuote on aineeton, ja se tuotetaan että kulutetaan samaan aikaan. Näin ollen matkailutuotteen kokeminen on hyvin yksilöllistä ja tilanne- sekä aikasidonnaista. (Kompula & Boxberg 2002, 10–11, 21.) Matkailutuotteen tulee lähtökohtaisesti ratkaista asiakkaan ongelma tai tarve, mutta olla myös yritykselle liiketaloudellisesti kannattava (Tonder 2013, 14–15).

Kerroksisen matkailutuotteen malli havainnollistaa matkailutuotteen osa-alueet, jotka toimivat yhtenä kokonaisuutena luoden toimivan tuotteen. Tuotteen ydin on hyöty asiakkaalle, eli miksi asiakas haluaa tuotteen. Avustavat palvelut auttavat tuottamaan ydintuotteen asiakkaalle. Tukipalvelut lisäävät tuotteen vetovoimaisuutta sekä ainutlaatuisuutta. Laajennettu tuote yhdistää nämä tuotteen elementit sekä sen, miten tuote välitetään asi-

akkaalle. Laajennettuun tuotteeseen kuuluu tuotteen saavutettavuus, yrityksen palveluympäristö, asiakkaan osallistuminen tuotteen tuottamiseen, asiakkaan ja yrityksen välinen vuorovaikutus sekä asiakkaiden keskinäinen kanssakäyminen. (Kotler, Bowens & Makens. 2010, 231–233.)

Matkailija haluaa palvelun tuottavan hänelle unohtumattoman elämyksen. Tarssanen ja Kylänen (2009, 11) ovat määritelleet elämyksen olevan ”merkittävä positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen”. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin (2010) internet-sivuilla elämystuotetta kuvaillaan tuotteistetuksi kokemukseksi, jonka sisältö ja toteutustapa on räätälöitävissä asiakaskohteisesti. Elämyksen tuottamisessa ei keskitytä vain palvelun lopputulokseen vaan myös siihen, millainen kokemus vieraalle luodaan. Matkan aikana elämys voi syntyä fyysisistä aktiviteeteista, sosiaalisista tilanteista tai mentaalisista kokemuksista, jotka koskettavat matkailijan mieltä (Komppula ja Boxberg 2002, 30–31).

Elämystuottajan käsikirjassa esitellään elämyskolmio-malli (kuvio 3), joka havainnollistaa, mitä elementtejä ideaaliseen elämykseen kuuluisi. Mallissa elämystä tarkastellaan kolmion muodossa, jossa kolmion huippu vastaa täydellistä elämystä. Elämyksen elementit yhdessä muodostavat kolmion pohjan ja asiakkaan kokemuksen tasot kolmion sivun. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11–12.)



Kuvio 3. Elämyskolmio. Kalliomäki 2011. Alkuperäinen lähde: Tarssanen & Kylänen 2009, 11.

Elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, moniaistisuus, kontrasti, vuorovaikutus ja tarina. Yksilöllistä tuotetta ei löydy muualta, ja se on helposti räätälöitävissä asiakkaan mukaan. Aito tuote on uskottava, ja siinä on näkyvissä osa alueen elämäntapaa ja kultuuria niitä kunnioittavalla tavalla. Moniaistinen tuote on suunniteltu siten, että eri aistit tukevat elämyksen kokemista. Tuotteen pitäisi luoda kontrasti sen ja asiakkaan arjen välille, jotta asiakas kokisi jotain tavallisesta poikkeavaa. Vuorovaikutus henkilökunnan ja muiden asiakkaiden kanssa vahvistaa koetun hetken yhteisöllisyyttä ja lisää hetken arvostusta. Hyvin suunniteltu tarina sitoo tuotteen kaikki elementit ja osat yhteen luoden niistä asiakkaaseen vetoavan kokonaisuuden. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12–15.)

Elämyskolmiossa asiakkaan kokemat tasot järjestyksessään pohjalta ovat motivaatio, fyysisisyys, älyllisyys, emotionaalisuus ja kaiken huippuna henkisyys. Kokemuksen taso riippuu siitä, ovatko kaikki elämyksen elementit jokaisella tasolla mukana vai eivät. Motivaation tasolla asiakkaan kiinnostus herätetään esimerkiksi markkinoinnilla. Fyysisellä tasolla asiakas kokee tuotteen aistien kautta, ja hänellä on fyysisesti hyvä olla. Älyllisellä tasolla asiakas oppii palvelun edetessä jopa tiedostamattaan, ja päättää, onko tyytyväinen kokemaansa. Emotionaalisella tasolla hyvä palvelutuote muuttuu elämykseksi, jolloin asiakas kokee tuotteen tunnetasolla. Henkiselä tasolla tuote vaikuttaa asiakkaaseen niin syvästi, että se saattaa muuttaa hänen elämänsä kuten elämäntapaa tai mielentilaa pysyvästi. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15–16.)

4.2 Markkinoiden segmentointi ja tuotteiden kohdentaminen

Aikaisemmassa luvussa on esitelty matkailutuotteen rakennetta ja elämyksellisyyttä. Uuden tai jo olemassa olevan matkailutuotteen kehitystä alustetaan asiakassegmentoinnilla. Middletonin, Fyallin ja Morganin (2009, 101) mukaan segmentointi tarkoittaa prosessia, jossa yrityksen koko markkinat eli kaikki asiakkaat jaetaan pienempiin ryhmiin, jotta yrityksen tuotteet voitaisiin kohdentaa niitä tarvitseville asiakkaille tuottoisalla tavalla. Segmentoinnissa tärkeää on ymmärtää yksilön kuluttajakäyttäytymistä eli sitä, mitkä tekijät henkilön elämässä vaikuttavat ostopäätöksen tekemiseen (Tonder 2013, 43). Segmentoinnin avulla asiakas saa helposti juuri häntä miellyttävät tuotteet. Toisaalta myös palveluntuottajan on helpompaa myydä tuotteensa, kun asiakkaiden kuluttajakäyttäytymistä ymmärretään. (Komppula & Boxberg 2002, 75.)

Markkinoiden jakamiseen ei ole yhtä oikeaa tapaa. Yrityksen luonteen ja markkinoiden mukaan kannattaa miettiä, mitkä tavat palvelevat parhaiten yritystä ja sen asiakkaita. Esimerkiksi matkan tarkoituksen, ostajan tarpeiden, ostokäyttäytymisen sekä demografisen ja psykografisen profiilin mukaan voidaan segmentoida markkinoita. (Middleton ym. 2009, 103.)

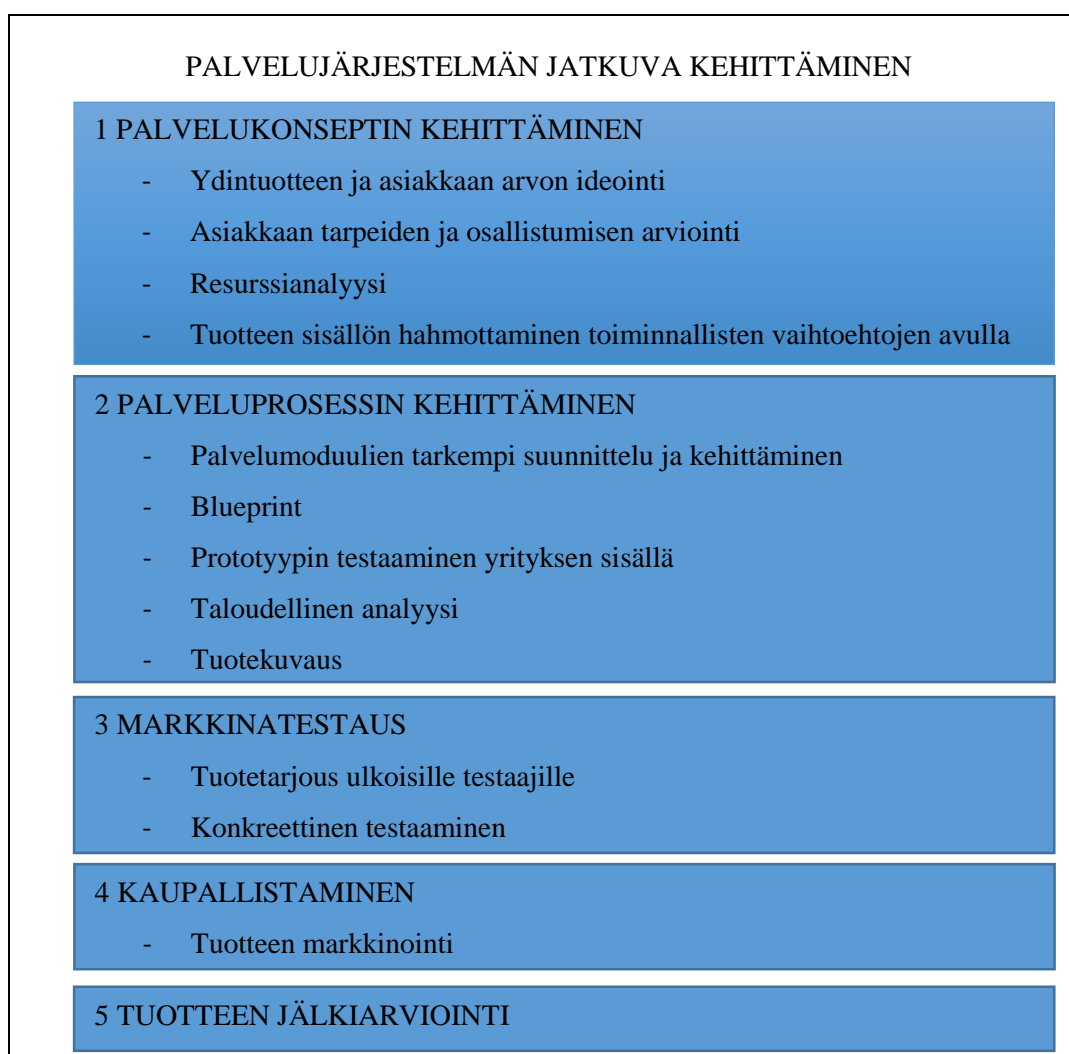
Matkan tarkoitus määrittelee sen, mitä palveluja matkailija tarvitsee ja haluaa sekä, mitä hän palveluilta odottaa. Esimerkiksi matkailija voi olla työmatkalla, perhelomalla tai harrastusmatkalla, jolloin hänen tarpeensa sekä tavoitellut hyödyt vaihtelevat matkan tyyppin mukaan. Ostokäyttäytymisellä markkinoita voidaan jakaa sen perusteella, kuinka usein, missä, milloin ja miten paljon matkailija ostaa yrityksen tuotteita. Demografiseen profiiliin kuuluu esimerkiksi ostajan sukupuoli, ikä, koulutus, ammatti, tulot ja elämänvaihe. Psykografiset tekijät tarkoittavat ostajan asenteita, arvoja ja psykologista käyttäytymistä. Kaikki nämä tekijät yhdessä muodostavat käsityksen ostajan elämäntyylistä, jolloin yritys voi markkinoida itseään ostajaa kiinnostavalla tavalla. (Middleton ym. 2009, 104, 106–108, 110–111.)

Kun yrityksen markkinat on jaettu sille sopivalla tavalla samankaltaisiin ryhmiin, valitaan segmenttien joukosta ne, joille yrityksen tuotteita erityisesti tarjotaan. Segmenttejä arvioidaan eri näkökulmista, joita ovat esimerkiksi segmentin koko ja kasvumahdollisuudet, segmentin rakenteellinen houkuttelevuus, sekä yrityksen tavoitteet suhteessa segmentin tarpeisiin. Arviointi riippuu yrityksen luonteesta ja päämääristä, joten yhtä oikeaa näkökulmaa ei tässäkään ole. (Kotler ym. 2010, 210.)

Perussääntönä voidaan pitää, että segmentin tulisi olla sopivan kokoinen suhteessa yrityksen kokoon. Yleensä myös segmentin kasvumahdollisuus on tärkeää, jotta asiakkaita riittäisi pitkälläkin aikavälillä. Segmentin rakenteellinen houkuttelevuus viittaa siihen, että segmentti näyttäytyy tavoittelemisen arvoisena. Esimerkiksi jos samankaltaisten tuotteiden kirjo markkinoilla on laaja, tai kilpailu on kovaa, niin segmentti ei näyttäydy houkuttelevana. Segmentin valinta pitäisi olla linjassa yrityksen strategisten tavoitteiden kanssa. Yrityksen on myös syytä miettiä, onko sillä tarpeeksi resursseja ja taitoja palvella valittua segmenttiä. (Kotler ym. 2010, 210).

4.3 Matkailutuotteen kehitysprosessin edellytykset

Tuotekehitys on olennaista, jotta yritys pystyy vastaamaan toimintaympäristön alati muuttuviin olosuhteisiin. Tuotekehitys auttaa kehittämään uusia tuotteita ja parantamaan jo olemassa olevia tuotteita, jotta yritys menestyisi jatkossakin. Yleensä tuotekehityksellä pyritään lisäämään myyntiä, vastaamaan markkinatilanteeseen ja asiakkaiden kulutustottumusten muutoksiin sekä erottautumaan kilpailijoista. (Komppula & Boxberg 2002, 94.) Välttämättä tuotekehitykseen ei tarvita laajoja markkinatutkimuksia. Varsinkin pienissä yrityksissä yrittäjän ja henkilöstön suorittama ”tarkkailu” voi riittää havaitsemaan asiakkaiden tarpeet. (Tonder 2013, 41.) Yksi käytetyistä tuotekehitysmalleista on Komppulan ja Boxbergin (2002, 99) matkailutuotteen kehitysmalli, joka on esitetty kuviossa 4.



Kuvio 4. Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi. Mukailten Komppula & Boxberg 2002, 99.

Mallissa on hyödynnetty Komppulan ja Boxbergin asiakaslähtöisen matkailutuotemallin elementtejä, jotka ovat palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä. Palvelukonsepti tarkoittaa tuotteen ydinidea. Tuotteen keskiössä on hyödyn ja arvon tuottaminen asiakkaalle tarjottavan palvelun avulla. Palveluprosessi on yhdistelmä toimintoja, jotta palvelu voidaan tuottaa asiakkaalle. Palvelujärjestelmä koostuu niistä resursseista, jotka vaaditaan palvelun tuottamiseen. Käytännössä tämä tarkoittaa palvelun toimintaympäristöä, välineistöä ja henkilöstöä. (Komppula & Boxberg 2002, 22–23.)

Matkailutuotteen kehitysmallin perustana on se, että palvelujärjestelmää kehitetään jatkuvasti. Jotta palveluiden kehittämiseen olisi hyvä pohja, henkilöstön koulutus, investoinnit ja toimivat yhteistyöverkostot ovat tärkeässä asemassa. Tuotekehitysmallin mukaan tuotteen kehittämisessä on viisi eri vaihetta, jotka ovat järjestyksessään palvelukonseptin kehittäminen, palveluprosessin kehittäminen, markkinatestaus, kaupallistaminen ja jälkiarviointi. (Komppula & Boxberg 2002, 99.) Tämän työn osalta ratsastustuotteiden kehittämisessä keskitytään ainoastaan palvelukonseptin ja palveluprosessin ideointiin. Työssäni käy ilmi tuotteiden sisältö ja toiminnalliset moduulit sekä tuotteiden sopivuus kohderyhmää ajatellen. Tuotteille en tee blueprintiä, taloudellista analyysia tai käytännön testausta ajan ja työn rajallisuuden vuoksi.

4.4 Palvelukonseptin ja palveluprosessin ideointi

Tuotekehitys alkaa palvelukonseptin – ydintuotteen ja asiakkaan arvon – ideoinnilla. Tätä ennen on selvitetty, millaiselle asiakassegmentille tuotetta tehdään, joten asiakkaan tarpeet ja odotukset arvosta ovat jo selvillä. (Komppula & Boxberg 2002, 99–100.) Ideoita voi tulla monista eri lähteistä, joita ovat esimerkiksi yrityksen toimintaympäristö, asiakkaat, kilpailijat, jakeluportaat sekä tietenkin yrityksen sisältä käsin. (Kotler ym. 2010, 245–247). Varsinkin ohjelmapalvelutuotteita ideoidessa on hyvä miettiä myös elämyksellisyyden elementtejä (Verhelä & Lackman 2003, 77) esimerkiksi elämyskolmiomallin mukaan (Tarssanen & Kylänen 2009, 11).

Varsinaisen palvelukonseptin ohella on myös mietittävä valitun asiakassegmentin käytössä olevia resursseja palvelun ostamiseen sekä yrityksen omia resursseja palvelun tuottamiseen. Tämän jälkeen hahmotellaan erilaisia toiminnallisia vaihtoehtoja, jotka tukevat

tuotteen ydintä. Toisin sanoen ydinidean ympärille tuotetaan sisältöä. Lopputuloksena voi olla hyvinkin erilaisia tuotepaketteja esimerkiksi aktiivista luontolomaa haluavalle keski-ikäiselle naiselle. (Komppula & Boxberg 2002, 99, 101–102.)

Seuraavaksi tuotepakettien pohjalta kehitetään tuotteen palveluprosessia. Toisin sanoen kuvataan itse palvelu ja se, mitä siinä tehdään. Palvelumoduuleja eli tuotteen osia suunnitellaan siten, että ne linkittyvät toisiinsa luontevasti ja täyttävät asiakkaan laatuvaatimukset. Tuotteesta pyritään tekemään kaikkien kannalta mahdollisimman sujuva ja toimiva kokonaisuus. (Komppula & Boxberg 2002, 103–104.) Ohjelmapalveluja suunniteltaessa asiakkaan taidot, kunto ja motivaatio ohjaavat paljolti palvelun lopullista toteutusta. On hyvä huomioida myös palvelun toteutuksen toimintaympäristö, sekä minä vuoden- ja vuorokaudenaikana palvelu toteutetaan. (Verhelä & Lackman 2003, 77–78.)

Kun palveluprosessit ovat selvillä, tehdään tuotteen tuotanto- ja kulutускаavio eli blueprint. Siinä näkyvät asiakkaan sekä palveluntuottajan suorittamat prosessit tuotteen edetessä. Pelkistettyyn blueprint-kaavioon listataan palvelun konkreettiset elementit, asiakkaan suorittamat prosessit sekä asiakkaalle näkyvät ja näkymättömät palveluprosessit. Palveluntuottajalle blueprint-kaaviosta muodostuu tuotteen prototyyppi, jota testattaessa mahdolliset ongelmakohdat ja riskit tulevat ilmi. Yleensä ensimmäisessä testauksessa käytetään tuttavien tai sukulaisien, jotta tuote näyttäytyisi realistisemmassa valossa kuin omalla henkilökunnalla testattaessa. (Komppula & Boxberg 2002, 104–106, 108.)

Mahdollisten korjausten jälkeen siirrytään miettimään tuotteen taloudellista analyysia. Keskeisiä tekijöitä tuotteen kannattavuudessa ovat ryhmä koko, tuottamisen kulut suhteessa siitä saataviin hyötyihin, tuottamiseen kuluva kokonaisaika ja työvoima, sekä räätälöinnin määrä. Viimeiseksi tuotteesta tehdään tuotekuvaus, jossa kerrotaan tuotteen sisältö. (Komppula & Boxberg 2002, 110–111.)

4.5 Markkinatestaus, kaupallistaminen ja jälkiarviointi

Kun tuote on yrityksen mielestä kaikin puolin valmis ja turvallinen, testataan sitä seuraavaksi yrityksen asiakkailla. Lopullisessa testauksessa huomataan viimeisetkin tuotteen ongelmakohdat, ja tuotetta saadaan jo markkinoitua asiakkaille. Tuotekuvauksen pohjalta

tuotteesta suunnitellaan tuotetarjous, jolla pyritään houkuttelemaan testaukseen sopiva ryhmä. Markkinatestauksen kohderyhmänä on mieluiten valitun asiakassegmentin edustajia eli henkilöitä, jotka vievät sanaa uudesta tuotteesta eteenpäin. Näitä ovat esimerkiksi jakelutien myyjät tai lehdistön edustajat. (Komppula & Boxberg 2002, 112.)

Varsinaisen testaustilanteen tulee vastata mahdollisimman paljon tuotteen normaalia toteuttamistilannetta. Kohderyhmän ominaisuuksien pitäisi olla valitun asiakassegmentin ominaisuuksien kaltaisia, jotta tuotteesta saataisiin mahdollisimman realistinen kuva. Asiaan kuuluvan palautteen kannalta on tärkeää, että asiakkaat ovat myös motivoituneita testaamaan tuotetta. (Komppula & Boxberg 2002, 114.)

Onnistuneen markkinatestauksen jälkeen on tuotteen kaupallistamisen vuoro, eli tuote saatetaan markkinoiden ja varsinkin valitun asiakassegmentin tietoisuuteen. Tuotetta markkinoidaan eri muodoissa ja kanavissa. Tuotetta pitäisi pyrkiä markkinoimaan innostavalla tavalla siten, että asiakkaan saama arvo tuotteesta tulee selkeästi ilmi. Jos tuote ei mene kaupaksi, niin syy siihen tulisi selvittää. Aivan lopuksi suoritetaan jälkiarviointi tuotteen menestymisestä markkinoilla. (Komppula & Boxberg 2002, 114–115.)

5 Menetelmät ja asiakassegmentointi

5.1 Prosessikuvaus

Tuotekehityksessä käytin useita eri menetelmiä, jotta tuotteista tulisi mahdollisimman realistisia. Ennen varsinaista tuotekehitystä valitsin asiakassegmentit, joille tuotteita suunnitellaan. Segmenttien valinta perustui aikaisemmin tänä vuonna projektina tehtyyn Teijan Tallin asiakaskyselyyn, omaan havainnointiini, toimeksiantajan haastatteluun sekä tehtyihin tutkimuksiin ja vallitseviin trendeihin. Valitsin kolme eri segmenttiä, joille tein niitä tarkemmin kuvaavat asiakasprofiilit.

Pohjustin tuotekehitystä tutkimalla yrityksen toimintatapoja ja -ympäristöä. Osallistuin asiakkaiden kanssa maastoratsastustunnille havainnoidakseni palvelua asiakkaan sekä palveluntuottajan silmin. Tämän jälkeen rakensin palvelusta blueprint-kaavion, ja mietin

kehitysehdotuksia toiminnan parantamiseksi. Etsin tietoa olemassa olevista luontoratsastuspalveluista sekä Pohjois-Karjalan alueella olevista kilpailijoista.

Tuotesuunnittelun tein Komppulan ja Boxbergin (2002, 99) tuotekehitysmallin mukaan tehtyjä asiakasprofiileja hyödyntäen. Tein kolme erilaista tuotetta; yksi kullekin valitulle asiakassegmentille. Ensin arvioin palvelukonseptia eli asiakkaan haluamaa arvoa ja asiakkaan että yrityksen resursseja. Tämän jälkeen ideoin tuotteita ja toimintavaihtoehtoja, jotka sopisivat palvelukonseptin raameihin. Ideoista kokosin tuotekokonaisuuden, joka sopisi valitulle asiakasryhmälle. Tuotteesta tein tuotekortin käyttäen apuna Outdoors Finland:in (2013) ja MoNo:n (Imatran seudun kehitysyhtiö Oy 2004) ohjeita tuotekortin sisältöön, sekä tuotekortin mallia Maiseman tarina -oppaasta (Komulainen 2013). Lopuksi tarkistin elämyskolmion (Tarssanen & Kylänen 2009, 11) eri elementtien sisällyttämisen tuotteisiin.

5.2 Teijan Tallin asiakassegmentointi

Keräsin tietoa yrityksen asiakassegmenteistä eri lähteistä. Tutkin aikaisemmin projektina tehtyä asiakaskyselyä, ja kirjasin siellä ilmenevät segmentit ylös. Tämän jälkeen kirjoitin muistiin omat havaintoni tallilla käyvistä asiakasryhmistä. Etsin internetlähteitä, jotka kuvasivat tämän hetken ratsastajaprofiilia, tai trendejä ratsastuksessa ja hevosmatkailussa. Lopuksi haastattelin toimeksiantajaa hänen näkemyksistään yrityksen asiakaskunnasta. Tiedonkeruun tuloksena kävi ilmi 12 eri asiakassegmenttiä (taulukko 1). Samoja segmenttejä toistui useassa eri lähteessä, mikä lisäsi näiden segmenttien olemassa olon luotettavuutta. Tässä vaiheessa segmenttejä kuvattiin vasta suuntaa-antavasti, eikä niihin liitettyjä tarkempia profiilitietoja. Segmentoinnissa kiinnitin huomiota demografisista tekijöistä ikään, sukupuoleen ja elämänvaiheeseen. Erottelin asiakasryhmiä myös matkan tarkoituksen mukaan.

Taulukko 1. Asiakassegmentit eri lähteiden perusteella.

SEGMENTIT	Asiakaskysely	Toimeksi- antaja	Muut läh- teet	Omat huomiot
Ala-asteikäiset ratsastusta opettelevat lapset		✓		✓
12 – 17-vuotiaat nuoret naiset	✓	✓		
18 – 25-vuotiaat naisopiskelijat	✓	✓		
35 – 59-vuotiaat töissä käyvät naiset	✓	✓	✓	✓
45 – 55-vuotiaat yrittäjänaiset	✓			
Yli 60-vuotiaat eläkkeelle jääneet naiset		✓	✓	✓
Matkailijat Etelä-Suomesta		✓	✓	✓
Erityistarpeiset kuntoutusratsastajat		✓	✓	
Pariskunnat		✓		✓
Perhe (äiti-tytär) -ratsastajat			✓	✓
Koululaisryhmien tutustumiskäynnit		✓		
Polttari- ja syntymäpäiväryhmät		✓		

Projektina tehdyn asiakaskyselyn tuloksista paljastui neljä erilaista segmenttiä, joista kaikissa harrastetaan maastoratsastusta vähintään kerran kuussa. Segmentit olivat töissä käyvät naiset, keski-ikäiset yrittäjänaiset, nuoret naisopiskelijat sekä teini-ikäiset tytöt. Oman havainnoinnin perusteella yritystoimintaa seurattessa erotin viisi erilaista segmenttiä. Näitä olivat työssä käyvät ja siitä viikoittaista irtaantumista tarvitsevat naiset, eläkkeelle jääneet naiset, äiti-tytär-ratsastajat, ala-asteikäiset ratsastusta opettelevat lapset sekä matkailijapariskunnat. Segmenttien valinta pohjautui ensisijaisesti muihin lähteisiin, joten käytin omaa havainnointia vain tukena segmenttien valinnassa.

Toimeksiantajan haastattelu tuotti odotusten mukaan kaikista monipuolisimman asiakasryhmäkuvauksen, yhteensä kahdeksan erilaista segmenttiä. Näitä olivat ala-asteikäiset ratsastusta opettelevat lapset, teini-ikäiset tytöt, yli 20-vuotiaat kiireettömät naisratsastajat, erityistarpeiset kuntoutusratsastajat ja matkailijat Etelä-Suomesta. Satunnaisesti käy

myös naisystävän mukana tulevia miehiä, koululaisryhmiä tutustumiskäynnillä sekä polttari- ja syntymäpäiväryhmiä.

Hevosmatkailijan profiilia on tutkittu opinnäytetyönä islanninhevosvaelluksiin keskittyvillä talleilla. Kyseisen tutkimuksen mukaan tyypillinen hevosmatkailija on aktiivisesti ratsastusta harrastava ja kokenut keskituloinen työntekijä. (Hallberg 2013, 29.) SRL:n harrastajakyselyihin pohjautuva artikkeli vuodelta 2015 kertoo ratsastuksen trendeistä. Artikkelin mukaan tyypillinen ratsastajan on 30–65-vuotias nainen, joka on kiinnostunut luonnosta ja eläimistä. Ratsastus saatetaan aloittaa uudestaan myös oman lapsen kanssa. Hevonen ja sen kanssa koettava kumppanuus ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä. Tämän lisäksi ratsastus on kasvussa yli 60-vuotiaiden parissa, jotka voivat jatkaa hevosharrastusta pitkälle eläkevuosiin. (SRL 2015a.)

Ratsastusta tukevat oheisliikuntapalvelut sekä hevosmatkailu- ja vaelluspalvelut nähdään tulevaisuuden trendeinä. (SRL 2015a.) Hevosharrastajat haluavat tulla enemmän osalliseksi hevoskulttuuria, jolloin tarvitaan uudenlaisia tuotteita tyydyttämään asiakkaiden muuttuneita odotuksia (Laine 2014, 31). Hevosten käyttö osana sosiaali- ja terveystalviteita on kasvattanut tasaisesti suosiotaan (Marin-Päivä 2014b, 89).

5.3 Tuotekehitykseen valitut asiakassegmentit

Lähdeaineiston perusteella valitsin kolme potentiaalisinta segmenttiä tuotekehityksen perustaksi. Nämä segmentit tulivat ilmi ainakin kolmessa eri lähteessä neljästä. Kaikkia segmenttejä yhdistäviä tekijöitä ovat maastoratsastuksen harrastaminen sekä kiinnostus luontoa, hyvinvointia ja suomenhevosia kohtaan. Segmentit ovat töissä käyvät aikuisratsastajat, matkailijat Etelä-Suomesta sekä senioriratsastajat.

Asiakasprofiileissa käytin segmentointivaihetta monipuolisemmin erilaisia segmentoinnin tapoja, jotta profiilit kuvaisivat mahdollisimman tarkasti ryhmän yhteisiä piirteitä. Erittelin demografisten tekijöiden lisäksi matkan tarkoitusta seikkaperäisemmin. Kerroin asiakkaan toiveista ja haluista palvelua kohtaan. Esittelin heidän elämänsä tarkemmin esimerkiksi harrastusten kautta. Mietin myös hieman heidän psykografista profiiliaan esimerkiksi kertomalla heidän arvoistaan. Näitä segmenttejä on mahdollista vielä jaotella

pienempiin ryhmiin muiden kiinnostuksen kohteiden, ostotapojen ja eritellymmän elämäntyylin perusteella.

Töissä käyvät aikuisratsastajat (kuvio 5) valitsin, koska kyseinen segmentti kävi ilmi asiakaskyselystä, toimeksiantajalta, tutkimuksista ja trendeistä sekä omista havainnoistani. Tähän segmenttiin kuului suurin osa asiakaskyselyyn vastanneista. Asiakaskyselyyn vastaajista yksikään ei kuitenkaan ollut 21–33-vuotias, eikä toisaalta myöskään yli 57 vuotta. Osin tämän takia valitsin segmentin ikähaarukaksi 35–59-vuotiaat. Myös tutkimuksissa tyypilliseksi harrastajaksi on määritelty noin 30–60-vuotias keskituloinen nainen (SRL 2015a; Hallberg 2013, 29). Toimeksiantaja arvioi juuri tässä segmentissä olevan kaikista eniten potentiaalia. Nykyinen tilanne sekä jatkuva trendi on, että aikuisratsastajia on enemmän kuin alle 18-vuotiaita harrastajia (SRL 2015a).

Töissä käyvät aikuisratsastajat

- 35–59-vuotiaat naiset
- Käyvät kerran viikossa maastoratsastustunnilla. Välillä myös kenttäopetus kiinnostaa esimerkiksi oikeanlaisen istunnan osalta. Ratsastuksen systemaattinen oppiminen ei ole kuitenkaan tärkeintä.
- Käyvät vakituisesti töissä. Tekevät työkseen yleensä hoito- tai toimistotöitä.
- Haluavat irtaantua työstä ja arjesta.
- Haluavat puuhastella hevosen kanssa ennen ja jälkeen ratsastustunnin. Esim. ratsastusvarusteiden laitto ja riisuminen
- Ei ole kiirettä pois tallilta.
- Haluavat olla ja hankkia kokemuksia hevosen kanssa.
- Ovat myös kiinnostuneita virkistävästä ratsastusviikonlopusta kaikkine palveluihin ystävän tai ratsastustutun kanssa.
- Harrastavat aktiivisesti muita itsenäisiä liikuntalajeja kuten hiihtoa, lenkkeilyä, patikointia, uintia ja pyöräilyä.
- Ovat luonto- ja eläinhmisiä.
- Nauttivat luonnosta, hevosista, ylipäättään liikunnasta, rauhasta ja hiljaisuudesta.

Kuvio 5. Asiakasprofiili 1.

Teijan Tallilla on paljon aikaisempaa kokemusta ryhmästä. Sillä on resursseja ja osaamista palvella kyseistä ryhmää ja luoda heitä kiinnostavia tuotteita. Segmentti sopii hyvin yhteen yrityksen tavoitteen kanssa olla rauhallinen maastoratsastustalli. Segmentti on lähtökohtaisesti suuri, ja sillä on hyvät kasvumahdollisuudet. Sitä voidaan myös segmentoida tarpeen mukaan pienempiin ryhmiin. Segmentti on taloudellisesti tavoittelemisen arvoinen, sillä asiakkaat ovat työssä käyviä. Pohjois-Karjalan muut maastoratsastusta tarjoavat tallit kilpailevat samasta segmentistä, mutta innovatiivinen tuotekehitys ja tarkka segmentointi auttavat erilaistamaan. Hyvä asiakaspalvelu ja ystävällinen ilmapiiri sekä alueen maastotarjonta erottavat Teijan Tallin edukseen.

Valitsin toiseksi segmentiksi Pohjois-Karjalaan tulevat **matkailijat Etelä-Suomen alueelta** (kuvio 6). Valinta tukee toimeksiantajan että minun huomioita. Trendinä hevosmatkailu on kasvava, vaikkakaan matkailijat eivät vielä ole suurin ja potentiaalisin asiakasryhmä. Tätä segmenttiä voidaankin pitää niin sanottuna hiljaisena signaalina tulevaisuuden trendeissä. Asiakaskyselyssä matkailijoiden merkitys ei varsinaisesti noussut esille, vaikka vastaajia muistakin maakunnista oli. Toimeksiantajan mielestä erityisesti kesäisin tallilla käy matkailijoita Etelä-Suomesta, joten talli on profiloitunut myös hevosmatkailun saralle. Asiakasryhmänä matkailijat tukevat myös yrityksen tulevaisuuskuvaa ensisijaisesti matkailuyrityksenä.

Hevosmatkailun suosio on kasvussa (SRL 2015a; Marin-Päivä 2014c, 101), joten segmentissä olisi potentiaalia tulevaisuutta ajatellen. Hevosmatkailussa on ominaisuuksia hyvinvointi- luonto- ja liikuntamatkailusta, joiden suosio on myös kasvussa. Näin ollen segmentti on kasvava ja sitä on helppo segmentoida vielä pienempiin ryhmiin. Segmentistä kilpailevat tällä hetkellä muut Itä-Suomen hevosmatkailupalveluja tarjoavat yritykset. Teijan Talli pyrkii erottautumaan edukseen rauhallisena maastoratsastustallina, jolla on 15 vuoden kokemus sekä luonnonläheiset, uniikit ja aidot tuotteet.

Matkailijat Etelä-Suomesta

- Oma/sukulaisten mökki Pohjois-Karjalassa
- Vuokramökki
- Vierailulla maakunnassa esim. sukulaisten juhlien takia. Haluavat tehdä jotain muutakin samalla reissulla
- Palaavat kotiseudulleen lomalle
- Aikaisemmin tallilla käyneet, jotka haluavat käydä uudestaan vuosienkin jälkeen

- Tulevat Pohjois-Karjalaan loma-aikoina (kesä-elokuu, syys- ja kevätloma, jouluku)
- Yli 25-vuotiaita hyvin kouluttautuneita (korkeakoulu) töissä käyviä naisia
- Harrastavat aktiivisesti muutakin liikuntaa, mutta ovat myös kiinnostuneita jonkin verran kulttuurista
- Ovat lomalla yleensä perheen kanssa tai käymässä kotiseuduilla yksin
- Haluavat luonnonläheisen ja kiireettömän loman – back to basics -ajattelu
- Käyvät ratsastamassa yksin, perheenjäsenten (lapsien), sukulaisten tai ystävien kanssa. Ainakin joku ratsastusseurasta on ratsastanut aikaisemmin tai ratsastaa nykyisin, ellei omakohtaista kokemusta matkailijalla ole
- Ratsastus on yhtenä osana muuta omatoimista matkaa, mutta ei sen pääsyy
- Ratsastuspalvelulta halutaan rentoja/pehmeitä elämyksiä hevosen kanssa
- Luonto ja palvelun omaleimaisuus/erikoisuus tärkeää
- Hyvää palvelua, laatua ja toiveiden täyttymistä arvostetaan

Kuvio 6. Asiakasprofiili 2.

Valitsin **senioriratsastajat** (kuvio 7) kolmanneksi segmentiksi, koska toimeksiantaja on huomannut senioriratsastajien määrän kasvaneen tallilla. Itse tuen myös tätä väittämää havainnointini perusteella. Tutkimusten ja trendien perusteella yli 60-vuotiaat ovat kasvava hevosharrastajaryhmä. Senioriratsastajilla on hyvät ajalliset sekä taloudelliset resurssit harrastamiseen. Ikääntyvät ovat myös tulevaisuudessa yhä pidempään hyväkuntoisia. (SRL 2015a). Kilpailua senioriharrastajista ei vielä juurikaan ole (Martin-Päivä 2014c, 91), mutta tulevaisuudessa kilpailu todennäköisesti kovenee.

Senioriratsastajat

- 60+ seniorinaiset 100 km säteellä tallista
- Haluavat harrastaa jotain mielekästä työelämän loppumisen jälkeen
- Heillä on rahaa ja aikaa toteuttaa itseään
- Luonnonläheisiä ihmisiä
- Osalla voi olla halu palata maaseudulle, jos siellä on vietetty lapsuus/nuoruus
- Joillekin ratsastus ja hevoset voivat olla jo nuoruuden unelma, jota päästään kokeilemaan vasta vanhemmalla iällä
- Turvallinen ja rauhallinen talli-ilmapiiiri houkuttelevat
- Haluavat edistää omaa fyysistä ja henkistä hyvinvointia
- Tallille tullaan myös sosiaalisen hyvinvoinnin takia joko yksin tai yhdessä ystävän/perheenjäsenen kanssa → Henkilökunnan merkitys juttelukaverina voi olla tärkeää
- Hevosien kanssa olemisen ja puuhailu tuovat sisältöä elämään
- Kaipaavat rauhallista maastoratsastusta kuunnellen luontoa
- Arvostavat omien toiveiden huomioimista palveluissa (räätälöitävyys) sekä tasa-arvoista kohtelua

Kuvio 7. Asiakasprofiili 3.

Yksikään Teijan Tallin asiakaskyselyyn vastanneista henkilöistä ei ollut yli 60-vuotias, joten kyselyn tulokset eivät tue tätä ryhmää. Mahdollisesti seniorivastaajien puute selittynee sillä, että kyseinen ryhmä koki sähköisen kyselyn vaikeaksi teknologisista syistä. Senioriratsastajasegmentti tukee yrityksen liikeideaa rauhallisena luontopainotteisena maaseututallina. Segmentti on jo tällä hetkellä iso, ja kasvaa tulevaisuudessa yhä enemmän. Tämän takia sitä olisi hyvä segmentoida vielä esitettyä pienempiin ja kohdennettumpiin ryhmiin kiinnostusten ja elämäntyylien avulla.

6 Tuotekehitys

6.1 Tuotekehityksen lähtökohdat

Tuotekehityksen aloitin tutkimalla Teijan Tallin toimintatapoja sekä asiakkaan kokemusta palvelusta osallistuen itse maastoratsastustunnille. Tästä syntyi tuloksena blueprint maastoratsastustunnista, jossa asiakkaana on tallilla aikaisemmin käynyt kokenut ratsastaja (liite 1). Palvelun muodostuminen lähtee siitä, kun asiakas varaa tunnin. Ennen palvelua tallin henkilökunta varustaa hevosen. Asiakas saapuu tallille, maksaa palvelun, ja ratsastustunti alkaa. Tunnin jälkeen asiakas riisuu hevosen varusteet ja hoitaa hevosen kuntoon. Lopuksi katsotaan mahdollisesti uusi palveluaika, jonka jälkeen asiakas lähtee. Asiakas voi myös tulla pelkälle tunnille, jolloin henkilökunta varustaa sekä riisuu hevosen varusteet.

Omien kokemusten, yrittäjän kanssa keskustelun sekä blueprint-kaavion pohjalta listasin kehitysehdotuksia ratsastuspalvelun parantamiseksi (liite 1). Ehdotukset liittyivät asiakkaan palvelupolun sekä palvelun kulun parantamiseen, ja näin syvemmän palvelukokemuksen muodostumiseen. Tein yleisiä huomioita myös toiminnan laajentamis- ja rikastamismahdollisuuksista.

Tämän jälkeen tutkin Suomessa toimivien ratsastuspalveluyritysten nettisivujen tuotetarjontaa sekä Pohjois-Karjalan alueella toimivia kilpailijoita. Etsin yrityksiä ensin Suomen Vaellustallien Liiton (SuoVa 2015) nettisivuilta, koska hevosvaellukset kuuluvat olennaisena osana hevosmatkailuun. Sivusto on tarkoitettu hevosvaelluspalveluja tarjoavien yritysten ja asiakkaiden kohtaamispaikaksi, johon on listattu kaikki SuoVan jäsentallit. Tämän jälkeen keskityin erityisesti Itä-Suomen ja Pohjois-Karjalan alueen hevostalleihin. Käytin apunani hevosihmisten foorumin Hevostalli.net:in (2015) tallilistausta alueella toimivista hevostallien nettisivuista. Matkailunäkökulman sain mukaan tutkimalla Pohjois-Karjalan matkailusivusto Visit Karelian (2015) -nettisivuille listattuja ratsastuspalveluita. Ajan puitteissa en ehtinyt perehtyä ulkomaiseen hevospalvelutarjontaan, josta varmasti olisi löytynyt uudenlaisia ideoita.

Pintapuolin tutkittuja tallien nettisivuja kertyi noin 80. Näistä pistin merkille yleisiä huomioita erityisesti tuotetarjonnasta mutta myös hinnoittelusta, käytettävistä hevosroduista, tallin profiloitumisesta ja nettisivujen ilmeestä (liite 2). Alustavasti valitsin kaikkien tallien joukosta 30 tallia, joita voisi luonnehtia ammattimaisiksi ja elämyksellisiksi maasto/vaellusratsastuspalveluita tarjoaviksi yrityksiksi.

Näiden 30 tallin joukosta valikoin viisi hevosmatkailupalveluihin ja hevosavusteiseen toimintaan suuntautuvaa yritystä, joita tutkin tarkemmin. Yritysten valitsemiseen vaikutti yrityksen sijainti kilpailijana, matkailun ja hyvinvoinnin näkyminen nettisivuilla, majoituksen ja muiden palvelujen tarjoaminen hevospalveluiden ohella sekä nettisivujen ja konkreettisen miljöön esteettisyys ja toimivuus. Etsin sivujen perusteella yritysten parhaita käytäntöjä ja tuotteita (liite 2), joita pystyisi hyödyntämään tuotekehitysprosessissa. Tuotekehityksen pohjana käytin myös muita lähteitä. Näitä olivat lokakuussa projektina tehdyn asiakaskyselyn tulokset, luonnon ja mielenharjoituksia yhdistävä Metsämieli-teos (Arvonen 2014), oma tuntemus Teijan Tallin lähialueesta sekä Roukalahden kylän (Roukalahden Kivekkäät ry 2015) nettisivut.

Tuotteet on ideoitu pitkälti yrityksen olemassa olevilla resursseilla. Investointien tai lisätyövoiman varaan tuotteita ei suunniteltu. Tarkoituksena oli suunnitella sisällöltään mahdollisimman realistisia ja toteutettavia tuotteita. Tuotekehitysprosessin aikana huomasin kuitenkin yrityksen kannalta yleisiä parannusehdotuksia, joita käytin myös osana asiakassegmenteille suunnatuissa tuotteissa ja packageissa. Näitä ehdotuksia olivat kahvio ja yhteistyön lisääminen alueen yritysten kesken.

Pienen itsepalvelukahvion perustaminen tallin yhteyteen palvelisi kaikkia tallilla käyviä asiakkaita. Sille sopivat tilat ovat jo olemassa pienellä järjestelyllä. Kahvio toimisi silloin, kun tallilla käy asiakkaita. Siellä olisi tarjolla kahvia ja teetä sekä asiakkaiden määrän mukaan makeita leivonnaisia. Tallin kahvion lisäksi tuotteiden sisällön suunnittelussa on käytetty mahdollisten yhteistyötahojen palveluita. Suunniteltuihin yhteistyöyrityksiin ei tämän työn puitteissa otettu yhteyttä, joten heidän kiinnostustaan yhteistyöhön ja uusiin tuotteisiin ei tiedetä. Tuoteideointi tuotti myös muita ideoita, joita en ottanut mukaan suunniteltuihin tuotteisiin, mutta ne ovat nähtävissä liitteessä 3.

6.2 Vapaudu kiireestä -viikonloppu

Vapaudu kiireestä -viikonloppu on suunniteltu töissä käyviä aikuisratsastajia varten. Tuotteen ydinidea on kiireetön puuhastelu hevosien kanssa, jolloin voi unohtaa arjen ja vain olla. Tämä segmentti haluaa luonto- ja hiljaisuuselämyksiä, jotka ovat luksusta arjen pyörytyksessä. Viikonlopun ohjelmaan kuuluu kaksi Luontoa kuunnellen -ratsastusretkeä, joissa ”puuhastellaan” hevosien kanssa ennen ja jälkeen tunnin (kuvio 8). Molempina päivinä tarjolla on yksi runsaampi ateria (päivällinen ja brunssi) sekä kahvit suolaisen tarjottavan kera (tulo- ja läksiäiskahvit). Tulopäivän iltana ohjelmassa on myös hierontaa sekä saunomista. Viikonlopun ohjelma ei ole täyteen ahdettu, jotta asiakas saa nauttia vapaa-ajastakin, eikä kiireen tuntua ole. Tekeminen on pyritty pitämään rauhaisana. Viikonlopussa on hemmotteleva sävy.

Projektina tehdyn asiakaskyselyn tuloksista kävi ilmi, että ratsastusviikonlopulle olisi kysyntää juuri tämän segmentin kohdalla. Kohderyhmällä on varaa ostaa ratsastuspalveluita, mutta vapaa-aikaa on töiden ja perhe-elämän takia varsin vähän. Kohderyhmän asiakkaat ovat fyysisesti hyvässä kunnossa, mutta arjen kiire ja stressi painavat mieltä. Nämä aikuisratsastajat haluavat osallistua aktiivisesti palvelun tuottamiseen, ja luoda itse kokemuksen hevosien kanssa.

Paketti on suunniteltu siten, että asiakas kokoaa oman pienryhmän viikonloppua varten. Näin ollen asiakkaat tuntevat toisensa, jolloin ryhmässä on mukavampi olla ja toimia. Pienryhmille palvelut ovat taloudellisempia toteuttaa kuin yksittäisille asiakkaille. Toisaalta isossa ryhmässä rauhan ja hiljaisuuden tunnelma katoaa nopeasti. Teijan Tallilla ei ole myöskään tarpeeksi resursseja ottaa vastaan isompia (yli 5 henkilöä) ryhmiä.

Viikonloppupaketin majoitus- ja ratsastuspalvelut sekä kahvit Teijan Talli tarjoaa itse. Ruoka- ja hemmottelupalvelut tarjotaan yhteistyössä lähialueen yrittäjien kanssa. Kotiruokapäivällinen sekä brunssi olisi tarkoitus ostaa Kotileipomo Rantapirtiltä (2015). Leipomoon palveluihin kuuluu pohjoiskarjalaiset leipomotuotteet, pitopalvelu ja astiavuokraus. Tulopäivän intialainen päähieronta olisi tarkoitus ostaa hyvinvointi- ja valmennuspalveluja tarjoavalta Tmi Hanna Araja-Matilaiselta (2015). Hän tarjoaa hierontaa, life coaching:ia ja green care -palveluita luonnonläheisellä ja asiakaslähtöisellä otteella.

Vapaudu kiireestä -viikonloppu

– Aktiivista rentoutumista hevosen kanssa (Hinta xxx)

Tarjoamme rentouttavan viikonlopun puolipäivähoidolla Teijan Tallin miljöössä. Viikonloppuun kuuluu Luontoa Kuunnellen -maastoretket molempina päivinä, majoitus Teijan Tallin rantahuvila ”[Hiekkarannalla](#)” sekä hierontatuokio.

Luontoa Kuunnellen -maastoretkillä kiinnitämme oppaan avustuksella huomiota luontoon, itseemme sekä hevoseen. Tarkoituksena on herättää mieli tähän hetkeen ja ympäristön havainnoimiseen sen sijaan, että ajatukset vaeltelisivat eilisessä tai huomissa. Pyrimme tuottamaan virkistävän kokemuksen, ja irrottautumaan arjen kiireestä.

Tarjoamme molempina päivinä yhden runsaan kotiruoka-aterian. Lauantai-iltapäivästä rentoututaan mökillä aaltojen loisketta kuunnellen [intialaisessa päähieronnassa](#). Tämän jälkeen pääseekin lämpimään saunaan ja uimaan! Illasta mahdollisuus istua nuotion ääressä tai grillikodan suojassa. Vapaa-ajan voit käyttää mielesi mukaisesti esimerkiksi patikoimalla lähipoluilla, hiihtämällä, soutelemalla tai vain olemalla.

Päiväohjelma

Lauantai

Tulo aamulla ja majoittuminen

Klo 10 Tervetulokahvit + suolainen kahvileipä

Klo 11 Luontoa Kuunnellen 4h. Sisältää: hevosten haku laitumelta, hevosten harjaus ja varustaminen, aisteja aktivoiva maastolenkki 2h, hevosten varusteiden riisuminen ja vienti laitumelle

Klo 15 Mökille, kotiruokapäivällinen, ruokalepo ja rentoutumista järvimaisemissa

Klo 17.30 Intialainen päähieronta 30min/hlö mökillä

Sauna hieronnan jälkeen (itse lämmitettynä / tullaan lämmittämään)

Vapaa ilta. Omat ruoat.

Sunnuntai

Klo 9 Brunssi

Klo 11 Luontoa kuunnellen 2½h. Sisältää: hevosten harjaus ja varustaminen, aisteja aktivoiva maastolenkki 1h, hevosten varusteiden riisuminen ja vienti laitumelle

Klo 14 Läksiäiskahvit + suolainen kahvileipä vuodenajan ja sään mukaan pihalla/kahviossa.

Klo 15 Kotiinlähtö

Viikonloppupaketti on varattava viimeistään 2 viikkoa (14 pvä) etukäteen. Paketti on varattavissa 15.1. – 15.4. sekä 1.6. – 15.10. Osallistujilla on oltava ratsastuksen perusasiat (hevosen hallinta kaikissa askellajeissa) hallinnassa. Tarvittaessa voimme kerrata lauantain tunnilla perusasioita kentällä ratsastustunnin aikana. Suositeltu ryhmäkoko 1-3 hlö, oma ryhmä. Ratsastustunneilla on säävaraus (pakkasraja -15 / rankka vesisade / huonot maasto-olosuhteet). Mikäli tunti ei toteudu, sitä ei lasketa viikonlopun kokonaishintaan. Pyrimme ilmoittamaan mahdollisesta ratsastustuntien peruuntumisesta vuorokautta aikaisemmin. Varausmaksu on 30 % paketin kokonaishinnasta, joka maksetaan viimeistään 14 pvä etukäteen. Tuote on ostettavissa myös arkipäivinä.

Kuvio 8. Tuote 1.

Viikonlopun ratsastusretket pohjautuvat suunnittelemaani Luontoa kuunnellen -konseptiin. Projektina tehdyssä asiakaskyselyssä esiteltiin lyhyesti kyseistä konseptia, ja siitä oltiin kiinnostuneita. Konsepti perustuu tavalliseen maastoratsastustuntiin, jossa kierretään maastossa oppaan johdolla eri askellajeissa. Luontoa kuunnellen -tunneilla lenkin lomassa opas opastaa asiakkaita havainnoimaan niin ympäristöä, itseä kuin hevostakin. Harjoitteissa on sovellettu Metsämieli-teoksessa esiteltyjä mielenharjoituksia (Arvonen 2014). Esimerkiksi opas voi kehottaa asiakkaita kiinnittämään huomiota kuuloaistiin ja kuulostelemaan, mitä ääniä ympäristöstä kuuluu. Tai vastaavasti asiakasta voidaan pyytää tunnustelemaan omaa istuntaansa ja sitä, miten se vaikuttaa hevosen liikkeisiin.

Luontoa kuunnellen -konsepti tukee parempaa ratsastuksen oppimista ja hevostunteista, sillä asiakas tulee tietoiseksi omien liikkeidensä sekä ympäristön vaikutuksesta hevoseen. Tämän lisäksi asiakas keskittyy nykyhetkeen, minkä pitäisi parantaa mielenlaatua, sillä arjen huolet unohtuvat. Luonto kuunnellen -tunnit olisi tarkoitus lisätä myös Teijan Tallin listatunteihin, jolloin tunnin voisi varata yksittäisenä tuotteena. Oppaan olisi suotavaa perehtyä mielentaitoharjoituksiin. Esimerkiksi Metsämieli-teos pohjautuu Sirpa Arvosen kehittämään Metsämieli-hyvinvointimenetelmään (2015), johon on olemassa ohjaajakursseja.

Elämyksen elementtejä on mietitty tuotetta suunnitellessa. Tuote on tarkoitettu enimmäkseen kolmelle henkilölle, joten yksilöllisyyden kokeminen on todennäköistä. Asiakkaalle pyritään luomaan tunne, että häntä pidetään vieraana, ja palvelut ovat juuri häntä varten. Lähiympäristössä ei ole yrityksiä, jotka tarjoaisivat tämän tyyppisiä ratsastusviikonloppuja, joten tuote on ainutlaatuinen. Aitous tuotteeseen tulee siitä, että asiakkaalle tarjotaan palveluja ammattimaisella otteella. Asiakas pääsee myös itse osallistumaan aktiivisesti palveluun.

Kantavana teemana eli tarinana viikonlopussa on hyvinvointi, rauha ja hiljaisuus. Ne näkyvät tuotteessa yksilöllisenä huomioimisena, maukkaana ja terveellisenä ruokana, rentouttavana hierontana ja puitteiden luomisena hyvälle unelle. Tätä tuotetta varten suunniteltu Luontoa kuunnellen-konsepti tukee teemaa yhdessä niin mökin kuin koko miljöön rauhana ja hiljaisuutena. Tuotteen tarina on havaittavissa eri aistien avulla. Maittava ruoka hemmottelee makunystyröitä, hevosen ominaishajun ja luonnon tuoksut muistaa

viikkojenkin päästä, ja hiljainen luonnonympäristö hivelee korvia. Asiakas pääsee upottamaan sormensa hevosen pehmeään karvaan, ja esteettinen miljöö luo hyvän olon.

Tuotteen ja arkipäivän luomaan kontrastiin on kiinnitetty ideoinnin alusta asti erityistä huomiota. Asiakkaan arkipäivään kuuluu todennäköisesti hälinää, kiirettä ja arkiaskareiden hoitamista. Tämän takia tuotteessa on pyritty korostamaan hiljaisuutta ja rauhaa sekä sitä, että asiakkaita palvellaan. Vuorovaikutus henkilökunnan kanssa luo tunteen, että koko palvelu on järjestetty vain tätä asiakasta varten. Ryhmän jäsenten välinen kanssakäyminen tuttujen ihmisten kanssa edistää ja syventää myös ihmissuhteita.

6.3 Puolipäiväpaketti Pohjois-Karjalan mystiseen luontoon

Toinen tuote on suunniteltu Pohjois-Karjalassa matkaileville eteläsuomalaisille, jotka majoittuvat omalla/sukulaisen mökillä, tai ovat vuokranneet mökin Liperistä tai sen läheltä. Nämä matkailijat haluavat luonnonläheisen ja kiirettömän loman. Tuotteen ydinidea on antaa asiakkaalle rentoja ja pehmeitä elämyksiä hevosen kanssa. Matkailijat haluavat lomaltaan luonnonmukaisuutta sekä hiljaisuuden ja luonnon kokemista. Matkailijoina he arvostavat tuotteissa poikkeavuutta ja kontrastia arkeen.

Matkailijat ovat valmiita maksamaan hieman enemmän erikoisesta elämyksestä. Lomalla heillä on aikaa osallistua pidempäänkin palveluun. He myös haluavat osallistua itse aktiivisesti elämyksen tuottamiseen. Tämä asiakassegmentti on fyysisesti hyvässä kunnossa, mutta lomalta haetaan helpotusta varsinkin stressiin ja kiireeseen. Asiakkaat saattavat tulla tallille koko perheen voimin, jolloin tuotteiden pitäisi olla houkuttelevia niin aikuisille kuin lapsillekin. Tämä tuote on kuitenkin suunniteltu niille, jotka hallitsevat omatoimisesti hevosen hyvin ainakin käynnissä. Tuote on suunniteltu siten, että asiakas kokoaa omasta perheestään, sukulaisista tai ystävistä oman 2–5 henkilön pienryhmän, jonka ilmoittaa puolipäiväretkelle. Tuotteeseen voi osallistua myös yksin.

Tuote on puolipäiväpaketti (kuvio 9), joka sisältää 1½ tunnin ”Luonnon taikaa etsimässä” -ratsastusretken, luomukahvit sekä asiakkaiden valitseman toisen aktiviteetin (rummutus-seremonia/ metsäjooga/ rantasauna). Ratsastusretki pohjautuu opastettuun maastoratsas-

tustuntiin, jota on elävöitetty tarinallistamisen keinoin. Opas kertoo retken aikana suomalaisen luonnon käyttömahdollisuuksista sekä luonnon antimista. Samalla tutustutaan suomalaisiin kansanperinteisiin, luonnon uskontoihin, myyttisiin olentoihin ja Kalevalan tarinoihin. Esimerkiksi mustikkakankaalle sattuessa opas saattaa mainita, että ratsastusretken jälkeen kahvilla on tarjolla mustikkapiirakkaa täältä kerätyistä mustikoista. Toisaalta ratsukkojen ohittaessa lehmuksen opas voi mainita, että lehmuksessa asuu hyväntahtoisia keijuja, ja kertoa tämän jälkeen keijuista enemmän.

Hevoset varustetaan tunnille ja varusteet myös puretaan henkilökunnan toimesta, ellei asiakas halua hoitaa hevosta itse. Tuotteen ideana on elämys, muttei varsinaisesti hevosen kanssa puuhailu. Ratsastusretken jälkeen asiakkaille tarjotaan sään ja vuodenajan mukaan luomukahvit joko ulkosalla tai tallin kahviossa. Tarjolla on kahvia tai lähellä tuotettua teetä sekä luonnonmukaisista ja lähellä tuotetuista elintarvikkeista tehtyjä suolaisia ja makeita leivoksia. Luonnon mystiikka -teemaa pyritään tuomaan myös kahvihetkeen esimerkiksi puulautasilla ja kuksilla.

Kahvi/teehetken jälkeen asiakkaat siirtyvät valitsemaansa toiseen tunnin pituiseen aktiviteettiin tai kahden tunnin ”Hiekkaranta”-mökin vuokraukseen sisältäen saunan. Tuotetta varattaessa ilmoitetaan, minkä toisen aktiviteetin kolmesta eri vaihtoehdosta ryhmä haluaa. Ratsastusretken lisäksi valitaan siis vain yksi aktiviteetti per ryhmä.

Ratsastusretken, kahvitarjoilun ja mahdollisen mökin vuokrauksen tarjoaa Teijan Talli. Muut aktiviteetit ostetaan toisilta Liperin yrittäjiltä/yksityishenkilöiltä, ja ne tapahtuvat Teijan Tallin ympäristössä. Metsäjooga olisi tarkoitus toteuttaa yhdessä Sun Ahonlaidan (2015) kanssa. Yritys tarjoaa jooga- ja luontaishoitoja sekä virkistyspaketteja yrityksille nimenomaiseen toimintaan kunnostetussa vanhassa kyläkoulussa. Joogaohjaajan voi myös kutsua haluamaansa paikkaan esimerkiksi TYHY-iltamiin tai pikkujouluihin, joten ohjaajan tuleminen Teijan Tallille ei pitäisi olla ongelma. Shamanistinen rumpuseremonia olisi tarkoitus suunnitella yhdessä shamanismiin perehtyneen Sanni-Maaria Puustisen (2015) kanssa. Hän tekee myös luontoaiheisia maalauksia ja piirroksia.

Puolipäiväpaketti Pohjois-Karjalan mystiseen luontoon 3–4h (Hinta xx)

Liperissä huhutaan asustelevan keijuja. Tule mukaan etsimään pilkahdusta siipien välkkeestä! Puolipäiväpakettiin kuuluu tarinallinen maastoratsastustunti ”Luonnon taikaa etsimässä” ja luomukahvit. Tämän jälkeen voit valita haluatko päättää elämyksen shamanistiseen rummutusseremoniaan, metsäjoogaan vai lempeisiin löylyihin Teijan Tallin [”Hiekkaranta”-mökin](#) saunassa.

”Luonnon taikaa etsimässä” -retkellä ratsastuksen lomassa kerrotaan tarinoita luonnosta, metsän hengistä ja luonnon mystiikasta Kalevalan ja luonnonuskontojen hengessä. Ratsastajaa opastetaan katsomaan ympäröivää luontoa tarkemmin. Retken jälkeen tarjolla on luomukahvit, jonka kaikki tarjottavat kahvia lukuun ottamatta ovat Liperissä tuotettuja.

Ratsastusretken jälkeen voit valita haluatko osallistua opastetusti tilalla [metsäjoogaan](#) tai [shamanistiseen rummutusseremoniaan](#). Vai haluatko rentoutua rantasaunan löylyissä ja pulahtaa virkistävään järveen? Lisätietoja aktiviteeteista saat klikkaamalla niitä.

Paketti sopii ratsastuksen perustaidot (vähintään hevosen hallinta hyvin käynnissä) hallitseville. Suunnittelemme maastolenkin kunkin ryhmän taitojen mukaan. Aikaisempaa kokemusta muista pakettiin sisältyvistä aktiviteeteista ei tarvitse olla. Laitamme ja riisumme hevosten varusteet, joten sinun tarvitsee vain tulla tunnille. Mikäli kuitenkin haluat osallistua hevosen varustamiseen ja/tai tunnin jälkeiseen hoitamiseen, kerro se varattaessa. Tämä lisää paketin kestoa noin tunnilla (1h), hinta pysyy samana.

Tuote on varattavissa 1.6.–30.9. välisenä aikana. Tuotteeseen sisältyy 1½ tunnin maastoratsastus, kahvit ja yksi 1½ tunnin opastettu aktiviteetti (rummutus/ metsäjooga) tilalla tai vaihtoehtoisesti kahden tunnin (2h) ”Hiekkarannan” käyttöoikeus (sis. saunan). Tuote varataan viimeistään 14 päivää etukäteen. Tuote on saatavana myös tunnin pituisena maastona ja luomukahveina ilman aktiviteetteja. Tällöin tuotteen voi varata viimeistään 2 päivää ennemmin hintaan xx.

Suosittelun ryhmäkoko on 1–5 hlö, oma ryhmä. Ratsastustunnilla sekä metsäjoogalla on säävarausta sateen/ukkoson varalta. Mikäli tunti joudutaan peruuttamaan, ilmoitamme siitä viimeistään vuorokautta aikaisemmin.

Kuvio 9. Tuote 2.

Tuotteessa on erityisesti pohdittu elämyksellisyyttä, sillä kohderyhmä haluaa tuotteen kautta itselleen elämyksiä. Yksilöllisyys on huomioitu siten, että tuotteeseen osallistuu asiakkaan itse kokoama pienryhmä, ja ratsastuslenkki suunnitellaan ryhmän taitojen mukaan. Tarinoiden aiheita voidaan painottaa ryhmän kiinnostusten mukaan. Samankaltaisia tuotepaketteja ei tietääkseni ole muualla Suomessa. Tuotteen aitous tulee esille paikallisuutena. Asiakas kokee tyypillisen pohjoiskarjalaisen luonnon ja kuulee paikkaansa pitävää tietoa sen hyödyistä ja käyttötarkoituksista. Tarinat puolestaan ovat suomalaisia kansantarinoita. Tuotepaketissa kaikki palvelut ovat paikallisten tuottamia.

Tässä tuotteessa tarinallisuus on yksi tärkeimpiä elementtejä. Tuotteen prosessit on pyritty ideoimaan siten, että ne kietoutuvat yhteen luonnon ja sen mystisyyden ympärille luoden eheän kokonaisuuden. Tarinaa pyritään ilmentämään myös konkreettisina elementteinä kuten kahvihetken astioiden luonnon materiaaleina. Aistien avulla asiakas pysyy kokemaan kuulemansa tarinat. Asiakas on kosketuksissa hevoseen ja erilaisiin luonnon materiaaleihin. Hevosen ominaishaju ja luonnon tuoksut sekä luomukahvihetken makumaailma tuovat luonnonmukaisen elämäntyylin osaksi tuotetta. Asiakas näkee vehreät metsät, ja kuulee järven loiskeen. Valinnaiset aktiviteetit tukevat aikaisempia aistimuksia esimerkiksi saunan lämmön ja virkistävän veden muodossa.

Tuotteen kontrasti asiakkaiden arkipäivään on olennaista elämyksellisyyden kannalta. Tuotteessa asiakas kokee mystisen luonnonrauhan ja hiljaisuuden vastapainoksi kaupunkielämän kiireelle ja hälinälle. Tuote antaa asiakkaalle mahdollisuuden tutustua luonnonmukaiseen ja hieman mystiseen elämäntyyliin. Vuorovaikutus tuotteessa on tärkeää, sillä asiakkaalle opas on tarinankertoja, joka kuitenkin hallitsee palvelun teknisenkin puolen. Tutut pienryhmät tuovat yhteenkuuluvuuden tunnetta asiakkaiden kesken.

6.4 Rauhallinen hevostuokio

Kolmas tuote on suunniteltu senioriratsastajille eli yli 60-vuotiaille naisille. Miksei myös maastoratsastuksesta kiinnostuneille miehillekin. Fyysisesti kohderyhmä on kohtalaisen hyvässä kunnossa, vaikka vauhdikkaisiin maastoretkiin ei välttämättä pystytä enää osallistumaan. Osa asiakkaista saattaa tarvita avustusta esimerkiksi hevosen selkään nousemisessa. Työelämän loppumisen jälkeen seniorit haluavat mielekästä ja virkistävää tekemistä, johon sisältyy myös sosiaalisia kontakteja. Tämä kohderyhmä haluaakin edistää omaa fyysistä, henkistä ja sosiaalista hyvinvointiaan. Heillä on käytössään ajalliset sekä taloudelliset resurssit palveluista nauttimiseen. Arkirutiineihin halutaan jotakin erilaista tekemistä. Tuote sopii myös muille rauhallisesta ratsastuksesta kiinnostuneille sekä niille, jotka ovat epävarmoja hevosen hoitamisessa ja varustamisessa.

Senioriratsastajille tarjottavan tuotteen ydin on rauhallinen maastoratsastusretki. Asiakkaalla on myös mahdollisuus puuhastella ja olla hevosen kanssa ennen ja jälkeen ratsas-

tustunnin. Turvallinen esteettömästi suunniteltu ympäristö ja rauhallinen ilmapiiri houkuttelevat tätä kohderyhmää. Luonnon ja hevosen mukana olo tuotteessa on asiakkaalle tärkeää. Teijan Tallilla on hyvät resurssit palvella tätä kohderyhmää, sillä hevoset ovat rauhallisia, talliympäristö turvallinen ja ilmapiiri rauhaista.

Tuote itsessään on ”Rauhallinen hevostuokio”, johon kuuluu maastoratsastustunti käynnissä, hevosen kanssa puuhailu sekä kahvit (kuvio 10). Asiakas voi valita tuotetta varattaessa haluaako hän normaalin maastoratsastustunnin vai Luontoa kuunnellen -tunnin (katso s. 32). Kummallakin tunnilla mennään pelkästään käyntiä, ja reitti suunnitellaan siten, että se on turvallinen ja helppokulkuinen. Tässä tuotteessa asiakasta opastetaan erityisesti hevosen hoidossa, varustamisessa ja varusteiden riisumisessa. Hevosen olemukseen sekä eleisiin kiinnitetään huomiota puuhastelun lomassa. Monella senioriratsastajalla viimeisestä ratsastuskerrasta saattaa olla vuosikymmeniä aikaa, jolloin hevoseen tutustuminen uudestaan on tärkeää.

Rauhallinen hevostuokio 3h (Hinta xx)

Tämä maastoratsastustunti on tarkoitettu erityisesti iäkkäämmille aikuisratsastajille ja hiljaisemmasta, kuuntelevasta, menosta halajaville. Voit valita haluatko normaalin maastotunnin (1h) vai [Luontoa Kuunnellen](#) -tunnin (1h). Kummin vain, teemme rauhallisen maastolenkin, jossa vauhti on toissijainen asia. Tällä tunnilla menemme ainoastaan käyntiä, joten muista askellajeista ei tarvitse huolehtia. Sinulla on myös mahdollisuus viettää opastetusti aikaa hevosen kanssa ennen ja jälkeen ratsastustunnin. Lopuksi juomme kahvit (sis. kahvileivän) sään ja vuodenajan mukaan joko tallin kahviossa tai ulkosalla hevosia katsellen.

Opastamme sinua ennen ja jälkeen ratsastustunnin hevosen hoitamisessa ja varustamisessa. Tutkimme hevosen olemusta ja eleitä ja tulkitsemme, mitä ne tarkoittavat. Halutessasi ennen maastolenkkiä kentällä on mahdollista kerrata ratsastuksen perusteita ja tunnustella omaa hevosta (sisältyy 1h ratsastukseen). Ratsastustunnin maastoreitti on valittu siten, että se on turvallinen ja helppokulkuinen.

Tuote on tarkoitettu ratsastuksen perusteet avustavasti (hevosen pysäytys ja kääntäminen käynnissä) osaaville. Henkilökunta hoitaa hevosten viennin laitumelta talliin sekä takaisin laitumelle. Tuote on varattavissa ympäri vuoden ja se kuuluu tallin normaaliin tuntilistaan. Tuotteeseen kuuluu maastoratsastustunti tai Luontoa Kuunnellen -tunti sekä kahvitarjoilu. Ratsastustunti + hevosen hoito on mahdollinen myös ilman kahvitarjoilua hintaan xx. Jos haluat pelkästään käyntimaastoratsastuksen ilman kahveja tai hevosen hoitoa, niin kerro toiveestasi normaalia maastotuntia varattaessa. Ratsastustunnille on säävaraus rankan sateen, huonojen maasto-olosuhteiden tai yli -15 asteen pakkasen vuoksi.

Kuvio 10. Tuote 3.

Tämä tuote pyrkii pääasiassa lisäämään asiakkaan hyvinvointia luonnon ja hevosen avustuksella, joten elämyksellisyys ei itsessään ole päämääränä. Samankaltaisia tuotteita on olemassa jo jonkin verran, mutta ne eivät ole suoranaisesti senioriratsastajille tarkoitettuja. Yksilöllisyys on palvelussa kuitenkin tärkeää, sillä tuotteessa otetaan huomioon asiakkaan yksilölliset tarpeet sekä taidot. Asiakas voi tulla yksin tai oman pienryhmän kanssa. Isoja ryhmiä ei suosita, koska muutoin yksilöllinen opastus kärsii.

Tuotteen aitous ilmenee ammattitaitoisena palveluna ja asiakkaan arvostamisena. Tuotteessa ei ole varsinaista tarinaa, mutta rauhallinen tekeminen ja puuhailu hevosen kanssa ovat kantavana teemana. Tuote on koettavissa eri aistein kuten luonnon tuoksuina ja ääminä sekä hevosen kosketuksena. Talli- ja luontoympäristön esteettisyys sekä esteettömyys osaltaan luovat positiivista kokemusta. Hevostuokion lopuksi nautittu kahvi kokoaa palvelun yhteen.

Asiakkaalle tuote voi tarjota mielekästä puuhastelua kontrastina harmaaseen arkeen. Toisaalta se voi myös tukea vireää arkielämää. Asiakkaan ja henkilökunnan sekä muiden asiakkaiden välillä käymä vuorovaikutus on tärkeää. Jutustelun merkitys ja asiakkaan kuuntelu korostuu tässä tuotteessa. Henkilökunnan rooli on olla ystävällinen opastaja, avustaja ja juttukaveri. Yhteyden luominen hevoseen on asiakkaalle tärkeää.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ratsastustuotteita asiakasryhmäkohtaisesti siten, että ne sopisivat yrityksen arvoihin, ja olisivat suhteellisen helposti toteutettavissa. Mielestäni onnistuin tässä tehtävässä, sillä tuotesuunnittelun pohjana käytin yrityksen markkinoiden segmentointia, jonka jälkeen valitsen kolme yritykselle potentiaalisinta asiakasryhmää tulevaisuudessa. Asiakassegmenttejä valitessa sekä tuotteita suunnitella pidin mielessä yrityksen arvomaailman sekä toimeksiantajan näkemyksen luonnon ja hyvinvoinnin painottamisesta tuotteissa. Tuotekehityksessä otin huomioon yrityksen olemassa olevat resurssit, joilla tuotteet voitaisiin toteuttaa. Suunniteltujen tuotteiden toteuttamiseen ei tarvita uutta työvoimaa tai uusia hankintoja/investointeja. Tuote 1 ja 2

kuitenkin pitävät sisällään yhteistyötä Liperin muiden yrittäjien/yksityishenkilöiden kanssa.

Eniten tuotteisiin kuluu yrittäjän ajallisia resursseja. Tällä hetkellä Teijan Tallin listatut tuotteet ovat lähtökohtaisesti yhden tunnin (1h) pituisia. Yhden maastoratsastustunnin tuottamiseen kuluu yrittäjältä kolmen tunnin työ (liite 1: blueprint). Suunnittelemani tuotteet ovat asiakkaalle vähintään kolmen tunnin mittaisia, mutta aikaan ei sisälly asiakkaalle näkymättömät prosessit ennen ja jälkeen palvelun. Yrittäjällä koko tuotteen tuottamiseen kuluu siis aina enemmän aikaa kuin tuotteen asiakkaalle näkyvä kesto. Tuotteiden blueprinttaus- ja testausvaiheissa näkymättömiin prosesseihin kuluva aika saataisiin selville tuotekohtaisesti. Tuotteiden kokonaisaika pitäisi huomioida myös tuotteen lopullisessa hinnassa, jotta katetta kertyisi myös käytetystä ajasta.

Kaksi kolmesta suunnitellusta tuotteesta sisältää yhteistyötä Liperin muiden yrittäjien kanssa. Yhteistyötahot on valittu siten, että heistä olisi hyötyä myös yrityksen tulevaisuutta ajatellen, vaikkei tila enää tarjoaisikaan ratsastuspalveluja. Valitut yhteistyötahot tukevat myös Teijan Tallin toiminta-ajatusta ja arvomaailmaa luontopalveluita tarjoavana ”hyvän tuulen” tallina. Tällä hetkellä Teijan Tallin ainoat yhteistyömuodot ovat nettisivujen linkitykset sekä muiden Liperin yritysten suosittelu asiakkaille. Näin ollen yhteistyökuvioiden rakentaminen olisi melko aloituspisteessä. Käytännössä ensimmäinen askel olisi selvittää yhteistyötahojen halukkuutta yhteistyöhön, ja sen jälkeen miettiä mitä toimintoja yhteistyö pitäisi sisällään. Mahdollisia yhteistyötahoja olen esitellyt liitteessä 3. Suunnitelluissa tuotteissa olen hahmotellut yhteistyötahojen nettisivuilla näkyviä tuotteita osaksi paketteja, sekä käyttänyt osin omaa tietämystäni yksityishenkilöiden tuotteista. Todellisuudessa tuotteet voisivat myös olla räätälöityjä palveluja listatuotteista.

Luonto- ja hyvinvointiarvot ovat olleet tärkeitä suunnannäyttäjiä tuotekehityksessä. Tämän lisäksi tuotteita on suunniteltu vastuullisen matkailun piirteitä sisällyttäen. Tuotteet eivät aiheuta suurta ekologista vahinkoa ympäristölle vaan pyrkivät edistämään luonnon kunnioittamista. Kaikki tuotteet pystytään tuottamaan paikallisten yrittäjien voimin, joka tukee alueen sosiaalista kestävyyttä. Tuotteessa 1 ideana on hyvinvoinnin lisääminen työikäisten keskuudessa. Tuote 2 tuo vanhoja perinteitä ja tarinoita osaksi nykypäivää, jolloin ne jatkavat elämäänsä tulevaisuudessakin. Tuotteessa 3 kannetaan vastuuta iäkkäimpien ihmisten hyvinvoinnista. Tuotteet siis tukevat myös kestävä matkailua.

Tuotteiden sisältöä on mietitty paikoin syvällisestikin. Työn tuloksena suunnittelemaat tuotteet ovat kuitenkin vasta tuote-ehdotuksia, eivätkä ne ole sellaisenaan valmiita julkaistavaksi markkinoille. Tuotekehitystä voidaan jatkaa jokaisen tuotteen osalta hinnoitteleamalla tuote selkein perustein sekä miettimällä tuotteille markkinointi- ja jakelukanavat. Tuotteita pitäisi myös testata niin yrityksen sisäiselle kuin ulkopuolisellekin testiryhmälle, jotta tuotteet olisivat toimivia ja käyttäjäystävällisiä. Testauksessa kävisi ilmi ovatko tuotteet teknisesti toteutettavissa suunniteltujen prosessien mukaan.

Tuotteiden ollessa valmiita toimeksiantajan tehtäväksi jäisi arvioida, olisivatko tuotteet toimivia ja kannattavia lisättäväksi Teijan Tallin tuotevalikoimaan. Toisaalta tuotekehitysprosessin aikana tunnistin myös nykyisten palvelujen ongelmakohtia, joihin esitin kehitysehdotuksia (liite 1). Ennen uusien tuotteiden julkistamista markkinoille voisi keskittyä parantamaan nykyisiä palveluita. Kehitysehdotusten toteuttaminen sujuvoittaisi mutta myös monipuolistaisi asiakkaan nykyistä kokemusta.

Tuote-ehdotusten ja kehitystoimenpiteiden lisäksi opinnäytetyön avulla toimeksiantaja saa itselleen tietoa siitä, millaisia asiakassegmenttejä yrityksellä on, ja mitkä segmentit ovat tulevaisuuden kannalta tärkeitä. Markkinoiden segmentoinnissa löytyi eri lähteitä käyttäen yhteensä 12 erilaista asiakasryhmää. Tämä on mielestäni yllättävän paljon, koska kyseessä on kuitenkin pieni yksityisyritys. Toimeksiantajan mielestä yrityksen suurimmat segmentit ovat olleet viime vuosina kiireettömät aikuisratsastajat, ala-asteikäiset ratsastuksen opetusta aloittelevat lapset sekä kasvavissa määrin senioriratsastajat. Valitsin eri lähteiden perusteella vahvimmin näkyvät segmentit (seniorit, matkailijat, aikuisratsastajat) tuotekehityksen pohjaksi. Nykyisessä toiminnassa sekä yrityksen tulevaisuutta ajatellen on kuitenkin hyvä miettiä myös muiden segmenttien tarpeita ja toiveita.

Teijan Tallilla on potentiaalia kehittää toimintaansa eri toiminnan alueille. Nykyisin suurin osa kävijöistä on Liperin ja Joensuun alueelta, mutta hevosmatkailun laajentaminenkin onnistuisi. Tämä vaatisi investointeja kuten lisää houkuttelevien tuotteiden suunnittelua ja kohdennettua markkinointia. Yhteistyön merkitys alueen muiden yrittäjien kanssa olisi tärkeää, jotta asiakkaalle saataisiin koottua viikonlopunkin mittainen täysihoitopaketti. Hevosmatkailun kärkiyritykseksi on kuitenkin matkaa, koska yrityksen pitäisi pystyä tarjoamaan monipuolisia ja laadukkaita palveluja. Liperissä ei ole yksittäistä veto-aulaa tai matkakohdetta, joka vetäisi turisteja. Myöskään alueella ei ole kattavia ja hyvin

toimivia yhteistyöverkkoja matkailualalla. Tunnettuna leipäpitäjänä Liperillä ja sen kylillä olisi kuitenkin potentiaalia kehittää maaseutumatkailuaan, josta hyötyisi myös Teijan Talli sekä moni muu alueen yritys.

Matkailun lisäksi Teijan Talli voisi kehittää hevospalveluitaan ryhmille (erityisesti polttari- ja syntymäpäiväryhmät sekä koululaisryhmät), ikäihmisille ja erityisavusteisille kuntoutujille. Polttari- ja syntymäpäiväryhmien ratsastustuotteiden sisällön pitäisi olla ensisijaisesti viihteellistä ja elämyksellistä. Koululaisryhmille voisi olla tietopohjainen tuote, jossa jokainen pääsee kokeilemaan jotakin maatilaa ja/tai hevostoiminnan ”työtä”. Green care -käsite luonnon eheyttävästä ja parantavasta voimasta sopisi myös hevosavusteisiin tuotteisiin. Green care -palveluja voisi tarjota ikäihmisille ja erityisavusteisille kuntoutujille niin virkistys- kuin kuntoutustarkoituksessa. Tuotteessa 2 esitellyllä yhteistyökumppanilla Tmi Hanna Araja-Matilaisella (2015) on tuotevalikoimassaan myös Green care -tuotteita, joten hänen kanssaan voisi tehdä yhteistyötä luonnon hyvinvointipalvelujen saralla.

Olen pyrkinyt siihen, että tekemäni työ ei pohjaudu vain yhden lähteen tietoihin vaan siinä on käytetty monipuolisesti erilaisia näkökulmia ja menetelmiä. Segmentoin markkinat käyttäen apuna projektina tehtyä asiakaskyselyä, toimeksiantajan mielipiteitä, tutkimuksia ja trendejä sekä omaa havainnointiani. Teijan Tallin toimintatapoja havainnoidessa mietin palvelua yrittäjän sekä asiakkaan näkökulmasta. Kilpailijoita ja olemassa olevia tuotteita etsiessäni käytin kolmea erilaista hevosalliportaalia, joista löytyi yhteensä noin 80 eri tallia. Tuotekehitysvaiheessa käytin omaa ja yrittäjän tietämystä yrityksestä, sen resursseista sekä ympäristön muista yrityksistä. Etsin yhteistyöyrityksiä myös netin kautta. Tuotekehityksen pohjana käytin segmentointivaiheessa tekemiäni asiakasprofiileja. Tuotekorttien sisällössä yhdistelin kolmen erilaisen mallipohjan tietoja. Viimeiseksi arvioin tuotteita elämyskolmiomallin mukaan.

Olen pyrkinyt tekemään mahdollisimman luotettavan työn. Teoriapohjaa kootessa olen arvioinut lähteiden luotettavuutta perustuen lähteen kirjoittajaan sekä julkaisutapaan, -paikkaan ja -aikaan. Olen pyrkinyt ottamaan työhön mukaan mahdollisimman ajantasaista tietoa, jota on siihen perehtynyt asiantuntija tutkinut tai kirjoittanut. Trendejä tutkiessani monet lähteistä painottivat luonnon, liikunnan ja hyvinvoinnin kasvavaa merkitystä yhteiskunnassa, joita halusin työssä juuri painottaa. Tuotekehityksen teorian osalta

käytin paljon Komppulan ja Boxbergin (2002) Matkailuyrityksen tuotekehitys -teosta. Molemmat teoksen kirjoittajat ovat matkailun pitkän linjan ammattilaisia, ja teosta arvostettiin muissakin löytämissäni lähteissä. Teoksessa matkailutuotteen tuotekehitys oli esitetty konkreettisen prosessina (92–116). Teoksen sisällön lisäksi sen lähdeviitteet auttoivat löytämään muita asiaankuuluvia lähteitä työhön.

Hevosmatkailun teoriaperustaa keräsin paljon Hevoset ja Kunta -kokoomateoksesta, joka on tehty samannimisen hankkeen puitteissa. Teoksessa on yhteensä 10 eri kirjoittajaa, jotka ovat oman alansa ammattilaisia. Teos pyrkii tiedottamaan hevosalasta Suomessa monipuolisesti eri näkökulmista. Teos on kirjoitettu hevosalan sidosryhmiä ajatellen, mutta erityisesti kuntien päättäjille. Itse koin teoksen kuitenkin todella hyväksi läpileikkaukseksi koko hevosalasta. Yksityishenkilönäkin sitä oli mielenkiintoista lukea.

Internetistä valikoin lähteiksi yritysten, yhdistysten tai muiden toimijoiden ylläpitämiä nettisivuja, jolloin niiden sisältö on kontrolloitua. Hyödynsin tutkimuksessani melko paljon visitfinland.fi -sivuille kerättyjä tai Visit Finlandin tekemiä hevos- hyvinvointi- ja luontomatkailuun liittyviä tutkimuksia ja lähteitä. Käytin harkiten lähteenä myös kahta eri julkista Facebook-sivua (Liperi 2015 ja Sanni-Maaria Puustinen 2015). Sivut ovat tarkoitettu julkisiksi, ja asianomaiset hallinnoivat sivujen sisältöä. Samoja tietoja ei ilmennyt muista lähteistä, ja oman tietämyksen pohjalta kyseiset tiedot olivat oikeita. Näin olen päädyin valitsemaan sivut osaksi työn lähdetietoja.

Luonto- ja hevosmatkailun tietoni ovat karttuneet työtä tehdessä. Vaikka olen ollut hevosien kanssa tekemisissä koko elämän ajan, niin opin myös uusia asioita hevosalasta toimialana. Muiden hevosyritysten nettisivujen tutkiminen oli kiinnostavaa ja valaisevaa, mikä näkyy pitkänä huomiolistana liitteessä 2. Huomasin esimerkiksi, etteivät läheskään kaikki hevosmatkailupalvelut ole tuotteistettuja edes siten, että ne olisivat selkeästi eriteltyinä nettisivuilla. Osaamisalueista erityisesti matkailutuotteen kehitys on tullut tutuksi, ja kyseisen prosessin muistaakin jo ulkomuistista.

Toiminnallisen osuuden eteneminen sujui hyvin suunnitelmaraportissa esitettyjen vaiheiden mukaan. Hevostaloudesta ja tarkemmin hevosmatkailusta löytyi prosessin edetessä koko ajan enemmän tietoa jopa valinnan vaikeuteen asti. Tämä yllätti, koska aiemmin luulin varsinkin Suomen hevosmatkailun olevan melko tutkimaton aihe. Jos aloittaisin

työn nykyisellä tietämykselläni, niin haluaisin kokeilla suunnitella vain yhden tuotteen alusta loppuun. Kaiken kaikkiaan tämän työn tekeminen on kuitenkin ollut mielenkiintoista – jopa mukaansa tempaavaa – ja työn kautta aiheeseen liittyvä ammatillinen osaamiseni on kasvanut.

Tulevaisuudessa aion tulla Teijan Tallin toimintaan mukaan yhä enemmän. Seuraavaksi tarkoituksena olisi päivittää yrityksen turvallisuussuunnitelma ajan tasalle. Tämän hetkestä tuotetarjonnasta olisi tarkoitus suunnitella flyer jaettavaksi. Yrittäjän kanssa olemme miettineet järvenrantamökin ”Hiekkarannan” markkinoinnin lisäämistä. Itselläni olisi kiinnostusta alkaa hoitaa ja hallinnoida mökin vuokrausta. Mökkiä ja ratsastustunteja voisi markkinoida enemmän yhtenä pakettina, jolloin asiakkaan jättämä raha yritykseen olisi suurempi, ja toiminnasta tulisi kannattavampaa. Tällä hetkellä mökki ei kuitenkaan ole vuokralla niin usein, etteikö sitä voisi markkinoida kyseiseen tarkoitukseen.

Lähteet

- Arvonen, S. 2014. Metsämieli – Luonnollinen menetelmä mielentaitoihin. Metsäkustannus Oy. Latvia: Jelgava Printing House.
- Böök, T. 2015. Yrittäjä. Teijan Majoitus ja Maastotalli. Haastattelu. 30.10.2015.
- Ehrnrooth, P. 2007. Mies suomenhevosen selässä – Tiltu lukee ajatuksetkin. Hevosmaailma. 1/2007. Huhmari: Karprint Oy. 64–65.
- Hallberg, K. 2013. Hevosmatkailijan profiili. Karelia-ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2013121221071>. 23.11.2015.
- Harju-Autti, A. 2012. Matkailun ohjelmapalvelut. Työ- ja elinkeinoministeriö. Toimialaraportti 9/2012.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2133/Matkailun_ohjelmapalvelut_joulukuu_2012.pdf. 29.10.2015.
- Hevostalli.net. 2015. Tallit > Maakunta: Pohjois-Karjala.
<http://www2.hevostalli.net/tallit.html?view=public&layout=browse&area=13>. 19.11.2015.
- Hevosyrittäjä. 2015. Tietoa hevosalasta: Kohti uutta hevostaloutta. Hämeen ammattikorkeakoulu HAMK.
<http://www.hamk.fi/verkostot/hevosyrittaja/Sivut/tietoa-hevosalasta.aspx>. 29.10.2015.
- Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. 2015a. Hevostalous Suomessa.
http://www.hippolis.fi/hevosetjakunta/hevostalous_suomessa/. 29.10.2015.
- Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. 2015b. Hevosmatkailu.
<http://www.hippolis.fi/hevosetjakunta/hevosmatkailu/>. 29.10.2015.
- Imatran seudun kehitysyritys Oy. 2015. Monosta ohjelmapalveluyrittäjille toimintaa tukeva työkalu.
http://www.kehy.fi/fi/matkailu/matkailun_ohjelmapalvelujen_normisto_-_mono/?id=56. 29.10.2015.
- Imatran seudun kehitysyritys Oy. 2004. Ratsastus ja pyöräily kaupallisina ohjelmapalvelutuotteina. MoNo-käsikirja: Matkailun ohjelmapalvelujen raportti 4.
http://keyeast.imatra.fi/normisto/media/ratsastus_ja_pyoraily.pdf. 29.10.2015.
- Jänkälä, S. 2014. Matkailu. Työ- ja elinkeinoministeriö. Toimialaraportti 5/2014.
www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf. 29.10.2015.
- Kalliomäki, A. 2011. Miten luodaan elämyksiä? Blogi. Tarinakone. 9.12.2011.
<http://www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia/>. 23.11.2015.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Komulainen, M. 2013. Miten liikkeelle – työkaluja kehittämiseen. Teoksessa Komulainen, M (toim.) Maiseman tarina – Opas maisemapalveluiden luomiseen. Vaasa: Painopaikka Fram, 34 – 56.
<http://www.sitra.fi/julkaisut/muut/MaisemanTarina.pdf>. 22.11.2015.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. 2010. Marketing for Hospitality and Tourism. New Jersey (USA): Pearson Prentice Hall.
- Kuluttajavirasto. 2004. Kuluttajaviraston ohjeet ratsastuspalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004. Helsinki.

- Laine, P. 2014. Hevosalan ammatit ja koulutus. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Liperin kunta. 2015a. Julkishallinnollinen organisaatio. Facebook. https://www.facebook.com/liperinkunta/info/?tab=page_info. 29.10.2015.
- Liperin kunta. 2015b. Matkailijoille. <http://www.liperi.fi/fi/matkailijoille>. 29.10.2015.
- Martin-Päivä, M. 2014a. Hevoset vapaa-ajassa ja urheilussa. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Martin-Päivä, M. 2014b. Hevosmatkailu ja -tapahtumat. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Martin-Päivä, M. 2014c. Hevoset sosiaali- ja terveyspalveluissa. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Matkailun edistämiskeskus MEK (nyk. Visit Finland). 2009a. Kansallinen hevosmatkailututkimus 2009. Helsinki. <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A165-Kansallinen-hevosmatkailututkimus-2009.pdf?dl>. 29.10.2015.
- Matkailun edistämiskeskus MEK (nyk. Visit Finland). 2009b. Hevosmatkailun kehittämisstrategia 2009–2013. Helsinki. [http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/AD6339777C7F5638C225754D0044A078/\\$FILE/Hevosmatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/AD6339777C7F5638C225754D0044A078/$FILE/Hevosmatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf). 29.10.2015.
- Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. 2010. Palvelusta elämykseksi. Lapin korkeakoulukonserni. <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelustaelämykseksi>. 13.10.2015.
- Metsämieli-hyvinvointimenetelmä. 2015. Metsämieli- ohjaajakurssi. <http://www.metsamieli.fi/Metsämieli-ohjaajakurssi/>. 24.11.2015.
- Middleton, V., Fyall, A. & Morgan, M. 2009. Marketing in Travel and Tourism. Burlington (USA): Butterworth-Heinemann.
- Mäki-Tuuri, S. & Laitinen, A. 2014. Hevoset Suomessa: Hevoset kasvukeskuksissa. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis - Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.

- Outdoors Finland. 2013. Hevosmatkailu – Teemakohtaiset tuotesuositukset. Visit Finland. <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/Tuotesuosituksset-OF-Hevosmatkailu.pdf?dl>. 29.10.2015.
- Petäjäistö, L. & Selby, A. 2012. Luontomatkailun yritystoiminta Suomessa. Metla (Met-säntutkimuslaitos). Metlan työraportteja 246. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/>. 29.10.2015.
- Pussinen, S. 2013. Hevosyrittäjyyden tulevaisuuskatsaus – valtakunnallisen Hevosyritys huippukuntoon -hankkeen (2010–2014) raportti. Hämeen ammattikorkea-koulu HAMK. HAMKin e-julkaisuja 17/2013. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/65057/Hevosyrittajyyden-tulevaisuuskatsaus_ekirja.pdf?sequence=3. 29.10.2015.
- Pussinen, S. & Thuneberg, T. 2014. Hevosala vaikuttaa, työllistää ja liikuttaa. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Pölkki, M. 2014. Suomen hiljaisuutta markkinoidaan Aasiaan. Helsingin Sanomat. 3.9.2014. <http://www.hs.fi/kotimaa/a1409638346835>. 30.10.2015.
- Rantapirtti – Kotileipomo Mervi Turunen. 2015. <http://www.rantapirtti.com/index.html>. 24.11.2015.
- Roukalahden Kivekkäät ry. 2015. Roukalahti kutsuu kylään. <http://www.roukalahti.fi/>. 19.11.2015.
- Saastamoinen, M. 2014. Hevoset Suomessa: Hevoset maaseudulla. Teoksessa Laitinen, L. & Mäki-Tuuri, S. (toim.) Hevoset ja kunta – rajapintoja. Hippolis – Hevosalan osaamiskeskus ry. Hevoset ja yhteiskunta -hanke. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy. http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/2014/Hevoset_ja_kunta_e.pdf. 30.10.2015.
- Sanni-Maaria Puustinen. 2015. Artisti. Facebook. <https://www.facebook.com/Sanni-Maaria-Puustinen-1632937070300825/timeline>. 25.11.2015.
- Sun Ahonlaita. 2015. Joogaa SINUN luoksesi. <http://sunahonlaita.fi/jooga/joogaa-sinun-luoksesi/>. 24.11.2015.
- Suomen Ratsastajainliitto SRL. 2015a. Ratsastuksen trendit 2000-luvulla. 3.6.2015. http://www.ratsastus.fi/srl/uutiset/101/0/ratsastuksen_trendit_2000-luvulla_aikuisten_buumi_urbanisoituminen_elakeikaiset_uusi_ryhma. 19.11.2015.
- Suomen Ratsastajainliitto SRL. 2015b. Ratsastus Itä-Suomen alueella. http://www.ratsastus.fi/ratsastus_ita-suomi. 19.11.2015.
- Suomenratsut ry. 2015. Suomenhevonen - sisulla ja sydämellä. <http://www.suomenratsut.fi/suomenhevonen>. 29.10.2015.
- Suomen Vaellustallien Liitto – SuoVa. 2015. Ratsasta jäsentalleilla. <http://www.vaellustallit.fi/ratsasta-jasentalleilla/>. 19.11.2015.
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2009. Elämys – Mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd, 8 – 23.
- Teijan Majoitus ja Maastotalli. 2015. <http://www.teijanmajoitusjamaastotalli.com/>. 29.10.2015.
- Tmi Hanna Aரா-Matilainen. 2015. Hyvinvointi & valmennus. <http://www.hanna-araja.com/index.html>. 24.11.2015.
- Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

- Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Visit Finland. 2015a. Suomen kesäaktiviteetit ovat luontomatkailua parhaimmillaan. 17.11.2015.
<http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/kesaaktiviteetit-outdoors-finland/>. 19.11.2015.
- Visit Finland. 2015b. Aktiivimatkailulta odotetaan vaikuttavia elämyksiä.
<http://www.visitfinland.fi/news/elamyksia-hauskaa-kuntoilua-ja-rentoutumista/>. 29.10.2015.
- Visit Finland. 2015c. FinRelax – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimää.
<http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/>. 29.10.2015.
- VisitKarelia.fi. 2015. Aktiviteetit: Ratsastus
<http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Aktiviteetit/Aktiviteetit/Ratsastus>. 19.11.2015

Blueprint nykyisestä palvelusta ja kehitysehdotukset

Maastoratsastustunti 1h yhdelle, aikaisemmin käyneelle asiakkaalle

Konkreettiset elementit	Yhteystiedot	Tallipiha, tallitupa, talli	Kenttä, maastot	Talli, tallitupa, tallipiha
Asiakkaan prosessit	Asiakas varaa tunnin soittamalla	Asiakas saapuu tallille ja varustautuu. Tunnin maksaminen. Hevosten varustus	Maastotunnille valmistautuminen kentällä. Itse tunti, joka päättyy takaisin kentälle	Hevosten huoltaminen ja uuden varauksen tekeminen. Varusteiden vaihto ja lähteminen tallilta.
Näkyvä palveluprosessi	Yrittäjä vastaa puhelinsoittoon ja ottaa varauksen vastaan. Kysyy toiveista ja rajoitteista	Asiakkaan vastaanottaminen, maksu. Ohjeistus varusteiden laittoon	Ohjeistus ja opastus kentällä sekä maastossa	Ohjeistus varusteiden purkuun. Palautteen kysyminen palvelusta. Uuden varauksen vastaanottaminen. Heiheit.
Näkymätön palveluprosessi	Yrittäjä tarjoaa sopivaa aikaa varaustilanteeseen perustuen	Reitin suunnittelu asiakkaan toiveiden ja silloisten olosuhteiden mukaan. Hevosten haku laitumilta, varustaminen niin pitkälle kunnes asiakas saapuu.	Maaston ja sään tarkastelu. Mahdollisten vaaratilanteiden arvioiminen ja välttäminen	Mahdollinen hevosten terveyden hoito, ulos vienti. Karsinoiden siivous. Mahdollisesti varusteiden putsaus
Tukitoiminnot	Yhteystiedot yrityksen nettisivuilta. puhelin, varauskirja	Siisteyden ja varusteiden ylläpitäminen. Hevosten hoito ja ruokinta.	Kentän ja reittien ylläpitäminen	Laitumien kunnossapito, varauskirja
Aika	6 päivää ennen	1 tunti ennen palvelun alkua	Palvelun kesto 1h	1 tunti palvelun jälkeen

Kehitysehdotukset:**Ratsastustunti**

- Jos asiakas tulee ent. maitohuoneen ovesta (lukee sisäänkäynti), ovet auki (talvisin sisäpuolen ovi auki) ja valot tiloihin. Esim. näkyvä tervetuloa-teksti tallikeittien oviaukon yläpuolelle. Tila siistiksi/kaikki ylimääräinen pois
- Tunnin maksamiskäytäntö selkeäksi. Ennen tuntia.
- Asiakkaille voisi kertoa tallilla millainen lenkki aiotaan tehdä (missä mennään ja mitä askellajeja), millä tuulella hevoset ovat, miten olosuhteet vaikuttaa lenkkiin
- Kentälle tullessa vetäjän hevosen voisi sitoa johonkin, jotta asiakkaita voisi rauhassa auttaa selkään, katsoa vyöt ja jalustimet?
- Hevosjärjestyksen voisi kertoa paikallaan ollessa kentällä, ei silloin kun ollaan jo lähdetty liikkeelle. Voisi vielä varmistaa, että kaikilla on kaikki ok ja jalustimet tuntuu hyviltä.
- Asiakkaiden mukaan voisi katsoa, että miten paljon valmistautumisaikaa he tarvitsevat askellajeista toiseen siirtymiseen ja infota sitä mukaa. Esim. vanhemmille asiakkaille voisi sanoa käynnissä ollessa, että tuolta lähdetään ravaamaan ja mennään suunnilleen sinne asti
- Lenkeillä voisi keroa omista havainnoista esim. eläimistä tai niiden jäljistä, jonnekin tietyn kohdan kauneudesta. Siten asiakkaankin huomio keskittyy niihin ja lenkistä ”saa enemmän irti”
- Äänenkäyttöön pitää kiinnittää huomiota, jos kertoilee enemmän. Pitää kääntyä täysin taakse, jotta ääni ohjautuu asiakkaillekin. Mieluiten jopa pysähtyä
- Palatessa kentällä voisi kertoa missä järjestyksessä lähdetään talliin ja mitä puretaan ensin yms ilmoitettavaa asiaa (esim. yhtä hevosista ei pureta ollenkaan)
- Jos asiakkaat tarvitsevat paljon apua, niin oman hevosen voi jättää odottamaan siksi aikaa karsinaan ja purkaa vasta lopuksi
- Satuloille selkeät nimikyltit varustehuoneeseen kaikille paikoille. Samoin satuloihin itseensä.
- Seuraavan tunnin varaukset voisi ottaa systemaattisesti vasta lenkin jälkeen, jotta siihen ei tuhlaudu alussa aikaa. Vai tunnin maksu ja seuraavan varaus samaan pakettiin ennen tuntia? → asiakkaan pitää olla viim. vartti ennen paikalla.
- Asiakkaalle voisi toivottaa lähtiessä hyvää päivänjatkoa heipan lisäksi

Yleistä

- Opasteet tielle (Haiskuntien alku, Antikaisen risteys, postilaatikko/tien pää) sekä pihaan (viitta, jossa osoitetaan missä on talli, wc, tallin ylinen, tallitupa, varusteiden vaihto)
- Talliin menevään oveen kyltti ”talli”
- Ent. maitohuoneen tiloihin voisi tehdä kahvion. Kaikki ylimääräinen pois, pöytä ja tuolit tilalle. Tarjottavat esim. tiskille. Lehtiä luettavaksi. Voisiko tietokoneen jättää asiakaskäyttöön, jos toimii? Radio.
- Ylisen palveluita voisi tarjota kyyditsijöille / asiakkaille. tv vapaaseen käyttöön? pleikkari ja pelit sinne: 5€/kerta. biljardipallot pois ja biljardi 5€/kerta?
- Smartum yms. setelien käyttöönotto? → tukisi töissä käyvien käyntiä
- Yhteistyökuvioiden suunnittelu → valmiita tuotepaketteja, ei vain ehdotuksia ja mainostusta
- Voisiko asiakkaiden kautta kysellä heidän työporukan/työnantajan kiinnostusta hevospalveluihin? Esim. halukkaat yrityksestä voisivat tulla yrityksen piikkiin kerran kuussa ratsastamaan maastossa virkistystarkoituksessa?
- Lenkit voisi suunnitella siten, että puolivälissä/vähän sen jälkeen olisi lenkin ”kohokohta” eli näkemisen arvoinen paikka. Eli männikkö-kangas, vesistö, peltomaisema... Voisi jopa pysähtyä hetkeksi katselemaan ja ehkä kertoa jotain juttua, jos hevoset pysyvät hyvin paikallaan
- Päivilänvaaran reitistöjen mukaan ottaminen monipuolistaisi reittivalikoimaa huomasti. Voisi kertoa historiallisia sotajuttuja
- Voisiko muiden erikoistuneiden tallien (eri palvelut) kanssa tehdä yhteistyötä? esim Ratsastuskeskus, jos asiakas haluaa vaikeammille kenttätunneille?
- Liittyminen Vaellusliittoon? → Lisäisi näkyvyyttä ja tukisi matkailua. Käsittääkseni ei tarvitse olla pitkiä vaelluksia, jotta voi liittyä
- Mainoksia kesäisin Saariston rantaan ja makasiinille → matkailijat/mökkiläiset
- Reittien tuotteistaminen eli tietty reitti ja sille nimi ”Aarniometsän kuiskaus” jne.
- Toisilleen tuntemattomat asiakkaat tunneilla voisi esitellä nimeltä (kättely), jotta luodaan ryhmähenkeä

Huomiota ratsastustuotteista ja maastotalleista nettisivujen perusteella

Yleistä

- Suomenhevostalleja on vähän → Oman tallin **suomenhevosten** mainostusta voisi lisätä
- **Lännensatuloiden** käyttö ilman ”lännen meininkiä” enemmän esille (hyvin harvoissa paikoissa käytetään lännensatuloita ainakaan nettisivujen perusteella)
- Nettisivuilta pitää näkyä tallin suuntaus ja jotain erikoista, joka erottaa muusta tarjonnasta. Sivujen pitää olla myös luottamusta ja ammattitaitoa herättävät. Sitä että 61-vuotias ratsastuksen perusasiat osaava toimistotäti uskaltautuu varaan tunnin tallilta. **Kunnossa!**
 - Tavallisten kenttä ja maastotuntien lisäksi tarjontaan voisi lisätä jotain erikoista (nimellisestikin) esim. tuotteille niitä kuvaavat nimet, vaikka sisältö olisi melko sama
- Kaikki palvelut tuotteistettuja (EI näin: meillä voit tehdä tätä ja tätä tai ostaa myös näitä yhteistyökumppaneiden palveluita...). Jos yhteistyötä on muiden yritysten kanssa, **tuotteista selkeä paketti, jolla on hinta ja joka on ostettavissa suoralta kädeltä.** → Ostaminen on asiakkaalle mahdollisimman helppoa. Erikseen voi sitten mainita, että onnistuu myös räätälöitynä, miten asiakas itse haluaa
- Monilla talleilla on vakitunnit maastoonkin / maastotunnit ovat vain tilauksesta. Asiakkaan aikataulun mukaan ei onnistu ollenkaan tai hintaa ainakin tulee lisää. → **Kilpailuetu**, että mennään asiakkaan aikataulun mukaan ja hinta sama!
- Joillain talleilla on min. osallistujamäärät retkille → On hyvä, että tallilla yksittäiset asiakkaat pääsevät myös maastoon. Joihinkin tuotteisiin (uusiin) voisi kuitenkin laittaa minimimäärän? Olisi taloudellisempaa.
- Hinta: Perustunti voi olla 25 € (Itä-Suomen tasoa). Erikoisemmille uusille tuotteille hinnaksi voisi laittaa 30€/tunti. Eteläsuomalaiset ovat tottuneet korkeampaan hintatasoon. Palvelutason pitää kuitenkin vastata hintaa (hinta-laatu-suhde).
- Itä/Järvi-Suomi on alue, jossa pieniä talleja on paljon. Eli kilpailu on kovaa. Entä laatu? → **Laadukkaat ja hieman erikoisemmat kilpailukykyiset** tuotteet nousevat tarjonnasta esille.

- Tuotekuvaukset tärkeitä matkailijoille esimerkiksi. <http://www.brynhildir.fi/as-kellajiratsastus.html>
- Oman porukan (4-5 hlö) kerääminen ja tunnille ilmoittaminen voisi olla hieman edullisempaa listahintoihin verrattuna.

”Parhaat” yritykset muualla (Länsi-Suomi)

- **<http://www.hevoskievari.fi/page.php>** - Matkailutila 1800-luvun pihapiirissä monine kotieläimineen. matkailutuntemus näkyy. Tuotteistettuja kokonaisuuksia. Tasokas ruokapalvelu. Kokoukset. Saunamenu. Vaelluksia ja retkiä. Muita aktiviteetteja (method putkisto, opastettu kävelyretki suolla, hyvinvointipolku). Yhteistyössä hemmotteluhoitoja & pilatesta.
 - o Polkupyörien vuokraus
 - o Special-majoituspaketti pariskunnille (kynttilät huoneessa, kuohuviini ja suklaata) → pitäisi olla myös ruokailut
 - o Vklp-paketteja. Lähialueen nähtävyyksistä on kerrottu
 - o Hemmottelukori saunaan
 - o Hyvinvointipolku. Reitin varrelta löytyy luontonähtävyyksiä sekä n.10-12 hyvinvointiin liittyvää tehtävää
- **<http://www.purolafarm.fi/fi/purola.html>** - Majatalo & islanninhevostoimintaa. Laadukas majoitus. Green care. Tuotteistettuja kokonaisuuksia. Turvesauna ja hoidot. Matkailunäkökulma toiminnassa mukana.

Kilpailijat Itä-Suomessa eli yritykset, joilla on samankaltainen tuotetarjonta

- **Hepovaara** <http://www.hepovaara.com/> maastoratsastukseen painottuva islanninhevostalli. Loistavia teemapaketteja! Luonto ja hyvinvointi näkyvät selkeästi joissain tuotteissa. Vaelluksia, maastoratsastusta, perusopetusta kentällä
 - o Lomailevat marraskuun → olisiko ideaa?
 - o Jouhikorukurssi
 - o Kärry- ja rekiajelut

- Teemapaketit: hevosten hoito & ratsastuksen alkeet (sis. ratsastusta kentällä/ maastossa, hevosen hoitamista ja varustamisharjoittelua opastettuna pienryhmässä), synttärarit (tehtävärata, kasvomaalaus, naposteltavaa, askartelua), luonnollista kauneutta (maasto + luonnollisia kauneudenhoitotuotteita ja hemmottelua), maastoretki tarinoiden Suomen muinaisuskonnoista, pikkujouluretki (maasto + jouluherkkuja), villiruokaa ja vaellusta → tarinallistettuja retkiä
- http://www.chippewarange.net/?page_id=2 – Westernhenkinen paikka. Luontoliikuntaa, ruokaa, navajoterapiaa (rumpurentoutusta), kokoustilat, länkkäriohjelmia. Maasto-ja kenttätunteja. 3 hirsimökkiä
- <http://www.pientalli.com/home> - Maatilamainen hevostalli. Keskitytään puuhailuun eläinten kanssa. Yhteistyökumppaneina esim pilates, valokuvaus, muttei tuotteistettuja kokonaisuuksia. Lapsille ja erityisryhmiin painottuva.
- tallitunnit (puuhailua tallissa)
- ”oleskelu” talli

Tuoteideoita muualta

- Tutustuminen islanninhevosiin paketti – Hevoset haetaan pihatosta, tutustutaan rodunomaisiin erityispiirteisiin, kokeillaan kentällä ja sitten maastoon → **onnistuisi suomenhevosiin**
- Pikkujouluratsastus, Uudenvuodenaaton tinanvalantaratsastus, Karnevaaliratsastus, Tapaninpäivä – Normaaleja retkiä nimetty eri tavalla, jotain pientä erilaista jokaisessa
- Ratsastuksen yhteyteen pilates, turvehoito, tarottulkinta, kuppaus, intialainen päähieronta, hiihtoretki, lintubongaus, metsästys, kalastus, sieni/marjastusretki
- ”Einari Vuorelan vaellus” – Retki Vuorelan kotimaisemiin sisältäen ruokailun tarinoinnin kera. Aittamajoitus. Paluumatkalla poiketaan Vehkomäen lammastilalla ja Ruodemäen luomupuutarhalla.
- ”Syrjäharjun vaellus” – Vaellus harjun päällä. Majoitus maatilalla, johon tutustutaan.

- ”Talvivaellus - ratsasta lumisten kuusimetsien suojassa. Pidä ruokatauko lämpimässä kodassa ja pysähdy iltapäiväkahville majatalossa. Matkan varrelle mahtuu nähtävyyksiä, tarinoita ja laavuja. Illalla saunaan ja pulahdus avantoon! Majoitus täysihoidolla Rimmin lomamökeillä”
- Maatilaloma – Mm. heinän seivästystä, ajoa hevosella, traktorikyyti, paalaamisen seuraaminen heinäpellolla, eläinten ruokinta ja hoito. Mahdollisuus talutusratsastukseen, ratsastusretkiin ja ratsastusvaelluksiin
- Aamuvaellus
- Hoitokurssi: Hevosen perushoito, värit, merkit ja hevosen rakenne, haavojen ja pienten vaurioiden hoito, varusteiden huolto, letitys...

Muut tuote- ja yhteistyöideat

Muut tuoteideat

- Metsäpolku kaikkien käyttöön mökin ympäristöön – noin 1 km pituinen, polun varrella pieniä taideteoksia, risuista tehtyjä ”kehyksiä”, hyvinvointiharjoituksia/tietoiskuja kyltteihin jne.
- Kahvio
 - o Kahvioon luontokuvakirjoja, ”Hiihtäjäveljekset Martti ja Tauno Lappalainen” -teos (veljekset ovat kotoisin Roukalahdelta), Tutju-teos
- Loppukesällä/syksyisin ratsastusta ja ohjattuja marjanpoimintaretkiä omiin metsiin
- Ympäristön hiihtolatuksen mainostamista asiakkaille ja heidän kyyditsijöilleen (ilmainen)
- Kesäisin aamuvirkuille maastotunti klo 8 – 9, jopa aikaisemminkin? Luonto olisi vasta heräilemässä ja maastolenkki olisi varmasti erilainen kokemus verrattuna päivällä tehtyyn lenkkiin. Ratsastuksen jälkeen ehdisi vielä töihin, jos työt alkavat myöhemmin
- Terveysmaasto: Mennään vaihtelevissa askellajeissa, vähän hengästyttääinkin. Lenkin jälkeen esim. marjoja yms. terveellistä naposteltavaa. Palvelun aikana kerrotaan ratsastuksen ja luonnon terveysvaikutuksista

Yhteistyö

- Marjanpoimintapaketti kesäisin – Ratsastus ja marjanpoiminta Tolvasen marjatilalla
- Päivilän luonnonsuojelualue ja Päivilän sanktuari – mitä kaikkea voisi tehdä yhdessä? Voisi ottaa yhteyttä ja kysellä yhteistyökuvioista
- Kesäisin teatteripaketti Roukalahden kesäteatterin kanssa – ratsastus päivällä + kesäteatteri illasta (+majoitus mökillä)
- Elokuussa vklp- paketti: Elokuvatapahtuma Roukaraina illasta + ratsastusta päivällä (+majoitus mökillä)
- Yhteistyö Taitobussin kanssa (käy kerran kuussa kylätalolla)

- Opastetun luontokuvauksen yhdistäminen ratsastuksen jälkeen / sen aikana
- Maatilapaketti - yöpyminen Karvisen kissanpäivillä kanssa + ratsastus Teijan Tallilla)
- Metsämieli-hyvinvointimenetelmä-päivä/kurssi halukkaille koulutetun ohjaajan kanssa <http://www.metsamieli.fi/Etusivu/>